

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO



FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS.

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Licenciatura en Comunicación Social.

TRABAJO DE TITULACIÓN

“EL MENSAJE RADIAL DEL OBISPO DE LA DIÓCESIS DE RIOBAMBA “EL POZO DE SICAR”, EN LA FORMACIÓN DE CONCIENCIA SOCIAL, DEL GRUPO DE LA PASTORAL JUVENIL DIOCESANO, DE JUNIO A DICIEMBRE DEL 2014”.

Autor: Luis Alberto Rosero López

Tutor: MBA. Carlos Larrea

Riobamba - Ecuador

Año 2017



Riobamba, 16 de mayo de 2017

Certificación de tutoría.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS.

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

TÍTULO DEL INFORME DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Licenciatura en Comunicación Social.

“EL MENSAJE RADIAL DEL OBISPO DE LA DIÓCESIS DE RIOBAMBA “EL POZO DE SICAR”, EN LA FORMACIÓN DE CONCIENCIA SOCIAL, DEL GRUPO DE LA PASTORAL JUVENIL DIOCESANO, DE JUNIO A DICIEMBRE DEL 2014”.

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Licenciado en Comunicación Social, aprobado por el tribunal en nombre de la Universidad Nacional de Chimborazo y ratificado con sus firmas.

A. Carlos Larrea Tutor

MIEMBROS DEL TRIBUNAL:

MIEMBRO 1

Magister: Ramiro Rúales.

10
CALIFICACIÓN

[Firma]
FIRMA

MIEMBRO 2

Magister: Marcelo Jijón Paredes.

10
CALIFICACIÓN

[Firma]
FIRMA

MIEMBRO 2

Máster: Carlos Larrea Naranjo.

10
CALIFICACIÓN

[Firma]
FIRMA

NOTA FINAL.

CALIFICACIÓN

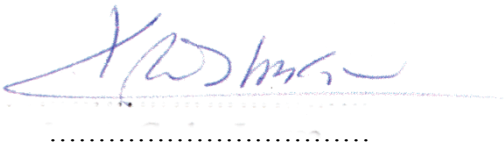
FIRMA

Riobamba, 16 de mayo de 2017

Certificación de tutoría.

Yo, MBA. Carlos Larrea, asesor de la tesis de grado de la Carrera de Comunicación Social, de la de Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas de la Universidad Nacional de Chimborazo. Autorizo la presentación de la investigación para su evaluación y calificación sobre el tema: “El mensaje radial del Obispo de la Diócesis de Riobamba “El Pozo de Sicar”, en la formación de Conciencia Social, del grupo de la Pastoral Juvenil Diocesano, de junio a diciembre del 2014”.

Elaborado por: Luis Alberto Rosero López.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Carlos Larrea', is written over a horizontal dotted line.

MBA. Carlos Larrea Tutor

Derechos de autoría.

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación: **“El mensaje radial del Obispo de la Diócesis de Riobamba “El Pozo de Sicar”, en la formación de Conciencia Social, del grupo de la Pastoral Juvenil Diocesano, de junio a diciembre del 2014”**, como también los contenidos, análisis, conclusiones y recomendaciones son de exclusiva responsabilidad y fruto de mi trabajo de Grado.



Luis Alberto Rosero López

C.I:0603209651

AGRADECIMIENTO.

Agradezco a Dios, creador de la vida y quien me bendijo con la gran familia a la que me pertenezco.

A mis padres, José Félix Rosero Garnica, que me acompaña desde el cielo; a mi Mami Doña Rosa Estela López Chimbo, quien ha sabido dar verdadera demostración de fuerza, perseverancia y sobre todo amor; a mis hermanas Maira, Mariana y mi hermano Félix, quienes son el ejemplo a seguir; Yolanda, Julio y José Luis; y la razón de mi vida Leonardo, Adrián, Génesis, Jessica y Rafaela; gracias por tu impulso Magdalena.

Un agradecimiento especial a MBA. Carlos Larrea, por su guía en el desarrollo del presente trabajo de investigación.

Alberto Rosero López

DEDICATORIA.

Dedico este trabajo a Dios, a mi Madre Doña Rosa Estela López, una mujer más que maravillosas; y a mi pilar fundamental la familia; que me han servido de apoyo e impulso a lo largo de mi vida.

Alberto Rosero López

ÍNDICE

PORTADA	I
CALIFICACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO DE GRADO.	II
CERTIFICACIÓN DE TUTORÍA.	III
DERECHOS DE AUTORÍA.	IV
AGRADECIMIENTO.	V
DEDICATORIA	VI
ÍNDICE	VII
RESUMEN:	XIV
SUMMARY:	XV
INTRODUCCIÓN:	XVI
1 CAPÍTULO I	1
1.1 Marco Referencial.	1
1.1.1 Planteamiento del problema.	1
1.1.2 Formulación del problema.	3
1.2 Objetivos:	3
1.2.1 Objetivo general:	3
1.2.2 Objetivos específicos:	3
1.3 Justificación.	3
2 CAPÍTULO II	6
2.1 Marco teórico.	6
2.1.1 Antecedentes de investigación.	6
2.2 Fundamentación teórica.	6
2.2.1 El mensaje radial.	6
2.3 La comunicación en la sociedad.	8
2.4 El mensaje en los medios masivos de comunicación.	9

2.4.1	El mensaje como persuasión ideológica.	9
2.4.2	Tipos de mensajes y sus características.	9
2.4.3	Las variables de estímulo desde la fuente o el emisor.	11
2.5	Utilización del mensaje en la formación de actitudes.	12
2.6	Lenguaje radial.	13
2.6.1	Elementos del mensaje radial.	16
2.7	Identificación de proposiciones.	18
2.7.1	Cuadro 2.1 Ante la violencia	18
2.7.2	Cuadro 2.3. Comunicación:	20
2.7.3	Cuadro 2.4 Cuando era joven:	21
2.7.4	Cuadro 2.5 Dar la vida por amor.	22
2.7.5	Cuadro 2.6 El aborto.	23
2.7.6	Cuadro 2.7 Civismo.	24
2.7.7	Cuadro 2.8 El cuento de un hombre que se murió.	25
2.7.8	Cuadro 2.9 El derecho a trabajar.	26
2.7.9	Cuadro 2.10 Prejuicios y Silencios.	27
2.8	Formación de Conciencia Social.	28
2.8.1	Conciencia Social.	28
2.8.2	Formación social.	28
2.8.3	Conciencia.	29
2.9	Características de la Conciencia Social.	30
2.10	Estrategias para el desarrollo de la Conciencia Social.	30
2.10.1	Tener en cuenta las necesidades individuales y grupales.	30
2.11	Papel que se juega en los conflictos.	30
2.11.1	Información sobre los problemas sociales.	30
2.11.2	Desarrollar la Conciencia Social.	31
2.11.3	Las teorías de la identidad.	33
2.12	Definición de términos básicos:	34
2.13	Variables de investigación.	36
2.13.1	Independiente:	36
2.13.2	Dependiente:	37
2.14	Operacionalización de variables.	38
2.14.1	Cuadro Variable independiente:	38
2.14.2	Cuadro Variable dependiente:	39

3	CAPÍTULO III	40
3.1	Marco metodológico.	40
3.1.1	Diseño de la investigación.	40
3.2	Tipo de investigación.	40
3.2.1	No experimental:	40
3.2.2	Correlacional:	40
3.2.3	Descriptiva:	40
3.3	Métodos de investigación:	41
3.3.1	Análisis:	41
3.3.2	Síntesis:	41
3.3.3	Observación:	41
3.4	Población y muestra.	41
3.4.1	Población.	41
3.5	Muestra.	42
3.6	Técnicas e instrumentos de investigación.	42
3.6.1	Técnicas:	42
3.6.2	Instrumentos:	42
4	CAPÍTULO IV	43
4.1	Análisis e interpretación de resultados.	43
4.2	Comprobación de la hipótesis.	61
4.3	Conclusiones y recomendaciones.	61
4.3.1	Conclusiones	61
4.3.2	Recomendaciones.	62
	ANEXO:	63
	BIBLIOGRAFÍA	66

INDICE DE CUADROS:		Página
Identificación de proposiciones.		18
Cuadro 2.1	Ante la violencia	18
Cuadro 2.2.	Coge el dinero y corre.	19
Cuadro 2.3.	Comunicación.	20
Cuadro 2.4	Cuando era joven.	21
Cuadro 2.5	Dar la vida por amor.	22
Cuadro 2.6	El aborto.	23
Cuadro 2.7	Civismo.	24
Cuadro 2.8	El cuento de un hombre que se murió.	25
Cuadro 2.9	El derecho a trabajar.	26
Cuadro 2.10	Prejuicios y Silencios	27
Cuadro 2.15.1	Variable independiente: El mensaje radial del Obispo de la Diócesis de Riobamba.	38
Cuadro 2.1.2	Variable Dependiente: Formación de Conciencia Social, de grupo de la Pastoral Juvenil.	39
Cuadro 4.1	Grupo de estudio	43
Cuadro 4.2	División por género.	44
Cuadro 4.3	¿Qué es lo que usted considera es Conciencia Social?	45
Cuadro 4.4	¿La repetición de mensajes con temas de solidaridad, respeto mutuo, por radio; puede variar la actitud de Conciencia Social en la ciudadanía?	46
Cuadro 4.5	Considera usted, que la Conciencia Social en una persona:	47
Cuadro 4.6	Una persona que tiene Conciencia Social:	48

Cuadro 4.7	Se reconoce a una persona que tiene Conciencia Social, ¿Por qué?	49
Cuadro 4.8	Actuar con Conciencia Social es:	50
Cuadro 4.9	El ciudadano con Conciencia Social, identifica que son dignos de defensa:	51
Cuadro 4.10	¿Cree usted que a través de la repetición de mensajes positivos en la radio se puede variar la Conciencia Social?	52
Cuadro 4.11	El micro programa el Pozo de Sicar, de Monseñor Julio Parrilla Díaz, ¿sobre qué temas que influyen en la formación de Conciencia Social, reflexiona?	53
Cuadro 4.12	El micro programa el Pozo de Sicar, de Monseñor Julio Parrilla Díaz, ha influido en usted en generar Conciencia Social ¿Por qué?	54
Cuadro 4.13	Los temas que trata el programa “El Pozo de Sicar” de Monseñor Julio Parrilla Díaz, ¿son importantes porque?	55
Cuadro 4.14	El mensaje del Pozo de Sicar, usted los escucha con atención ¿por qué?	56
Cuadro 4.15	El micro programa el Pozo de Sicar, de Monseñor Julio Parrilla Díaz, a través del mensaje logra:	57
Cuadro 4.16	El micro programa el Pozo de Sicar, lo sigue porque es usted:	58
Cuadro 4.17	El microprograma el Pozo de Sicar, usted:	59
Cuadro 4.18	El micro programa el Pozo de Sicar, usted lo escucha	60

ÍNDICE DE GRÁFICOS:	Página
4.1 Análisis e interpretación de resultados.	52
Encuesta integrantes del grupo “Pastoral Juvenil Diocesano”	
Gráfico 4.1 Grupo de estudio	43
Gráfico 4.2 División por género	44
Gráfico 4.3 ¿Qué es lo que usted considera es Conciencia Social?	45
Gráfico 4.4 ¿La repetición de mensajes con temas de solidaridad, respeto mutuo, por radio; puede variar la actitud de Conciencia Social en la ciudadanía?	46
Gráfico 4.5 Considera usted, que la Conciencia Social en una persona:	47
Gráfico 4.6 Una persona que tiene Conciencia Social:	48
Gráfico 4.7 Se reconoce a una persona que tiene Conciencia Social, ¿Por qué?	49
Gráfico 4.8 Actuar con Conciencia Social es:	50
Gráfico 4.9 El ciudadano con Conciencia Social, identifica que son dignos de defensa:	51
Gráfico 4.10 ¿Cree usted que a través de la repetición de mensajes positivos en la radio se puede variar la Conciencia Social?	52
Gráfico 4.11 El micro programa el Pozo de Sicar, de Monseñor Julio Parrilla Díaz, ¿sobre qué temas que influyen en la formación de Conciencia Social reflexiona?	53
Gráfico 4.12 El micro programa el Pozo de Sicar, de Monseñor Julio Parrilla Díaz, ha influido en usted en generar Conciencia Social ¿Por qué?	54
Gráfico 4.13 Los temas que trata el programa “El Pozo de Sicar” de Monseñor Julio Parrilla Díaz, ¿son importantes porque?	55

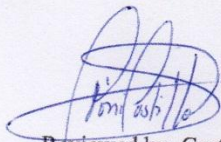
Gráfico 4.14	El mensaje del Pozo de Sicar, usted los escucha con atención ¿por qué?	56
Gráfico 4.15	El micro programa el Pozo de Sicar, de Monseñor Julio Parrilla Díaz, a través del mensaje logra:	57
Gráfico 4.16	El micro programa el Pozo de Sicar, lo sigue porque es usted:	58
Gráfico 4.17	El micro programa el Pozo de Sicar, usted:	59
Gráfico 4.18	El micro programa el Pozo de Sicar, usted lo escucha:	60

Resumen:

El presente trabajo que lleva como título “El mensaje radial del Obispo de la Diócesis de Riobamba “El Pozo de Sicar”, en la formación de Conciencia Social, del grupo de la Pastoral Juvenil Diocesano, de junio a diciembre del 2014”, partió de la conceptualización de las variables, a partir de la estructura de los mensajes radiales tomando en cuenta el tipo de argumentos utilizados en cada uno de los programas con el objetivo de persuadir a los radioescuchas, investigación que ha permitido conocer como a partir del mensaje permite la construcción de la conciencia en los ciudadanos, para la investigación se ha contado con la participación del grupo de estudio a los 36 integrantes de “La Pastoral Juvenil de la Diócesis de Riobamba”, el método utilizado es el deductivo e inductivo como técnica, la encuesta y el instrumento el cuestionario, que apoyaron al desarrollo de los objetivos General y Específicos.

Abstract

This work entitled "The radial message of the Bishop of the Diocese of Riobamba - El Pozo de Sicar," in the foundation of Social Consciousness into the group of Diocesan Youth Ministry, from June to December 2014, "The radial message of the Bishop of the Diocese of Riobamba". The variables were based on the structure of the radio messages according the type of arguments used in each one of the programs with the aim of persuading listeners, this research has allowed us to know how based on the message allows the structure the conscience in the citizens; for the research, the study group had 36 members of "The Youth Ministry of the Diocese of Riobamba", the method used was deductive and inductive as technique , the survey and the questionnaire instrument supported the improvement of the general and Specific objectives.



Reviewed by: Castillo, Mónica
Language Center Teacher



Introducción:

El presente trabajo de investigación y tesis, pretende determinar la influencia de “El mensaje radial del Obispo de la Diócesis de Riobamba “El Pozo de Sicar”, en la formación de Conciencia Social, del grupo de la Pastoral Juvenil Diocesano, de junio a diciembre del 2014”.

A través de la observación y la encuesta como instrumentos de investigación buscaremos comprobar la hipótesis “El mensaje radial del Obispo de la Diócesis de Riobamba “El Pozo de Sicar”, forma la Conciencia Social, del grupo de la Pastoral Juvenil Diocesano, de junio a diciembre del 2014”.

La estructura del trabajo de investigación de graduación es la siguiente:

El capítulo I corresponde al Marco Referencial. Se analizó el problema de investigación en su contexto, definiendo causas y efectos; formulamos y planteamos el problema, con el fin de determinar objetivos claros y concretos.

El capítulo II corresponde al Marco Teórico. Aquí a través de una investigación bibliográfica sobre varios autores en temas atinentes a esta investigación, se planteó temas y subtemas relacionados con nuestra investigación.

Capítulo III corresponde al Marco Metodológico. En este capítulo damos a conocer el diseño de la investigación, que tipo de investigación se determina, la metodología e instrumentos de la investigación, la población y las técnicas e instrumentos de la investigación.

Capítulo IV corresponde al Análisis e Interpretación de los resultados; Conclusiones y Recomendaciones. Aquí se presentan el resultado de la aplicación del instrumento de investigación, a nuestro grupo de estudio, sus resultados se exponen en cuadros gráficos estadísticos, con su respectivo análisis e interpretación.

Se logra concluir sobre el alcance de la investigación respecto a alcanzar los Objetivos General y Específicos planteados, y generar nuestras recomendaciones.

1 CAPÍTULO I

1.1 Marco Referencial.

1.1.1 Planteamiento del problema.

Las personas que actúan en la sociedad, reciben tal cantidad de información a través de los medios masivos de comunicación como: la radio, la televisión y la prensa, al igual que en la actualidad internet, mediante las redes sociales; estos medios han alcanzado notoriedad significativa en las vidas de los ciudadanos, sus mensajes han sido tomados como referentes por gran parte de la colectividad, por la influencia que puede ejercer en estos en el conglomerado humano.

La radio como uno de los medios de comunicación masiva, cumple una función social, mediante la difusión de programas que encierran mensajes de tono persuasivo, es decir la utilización de argumentaciones estructuradas que llevan a que la ciudadanía se incline a pensar de una u otra manera, otorgándole la categoría de verdad a las ideas expuestas por el interlocutor, de esta manera este medio de comunicación masivo, permite una interacción entre quien prepara la transmisión y la sociedad de manera que puede lograr una dinámica, a lo que se ha dado por llamar comunicación social, al relacionar grupos sociales amplios (Anda Gutiérrez 2004).

La influencia, que en la comunidad puede alcanzar el poder mediático es ilimitado, este ha venido creciendo desde su aparición en la vida de la humanidad, hasta posicionarse como referente de una forma de vivir, de esta manera sin alterar las actividades cotidianas del ciudadano, sean estas en la casa, en el trabajo o en movimiento la radio se ha convertido durante varios años en la mejor compañía para la educación, información y entretenimiento.

El Ecuador no se ha quedado fuera de este contexto, es así, que se han propuesto leyes que permitan controlar esa clase de influencias que permita a la ciudadanía actuar sobre hechos reales.

Los medios de comunicación masivos son instituciones esenciales para la sociedad en su conjunto, pueden influir de manera directa en la forma de actuar de un individuo dentro de la sociedad, o afectar a la sociedad en su conjunto en torno a sus hábitos de compra, comportamiento político en inclusive llegar a determinar un cambio entorno a sus intereses, comportamiento y creencias.

De ahí en más la forma de comunicación social de manera general cambiaron, nació lo que conocemos como el periodismo ciudadano; aquel que es testigo de un hecho informativo que lo traslada para el consumo masivo.

Las actuales generaciones encuentran en ella la información referente a moda, comportamiento social, formas de diversión, comunicación, tecnología, tienen comunidades de su misma edad pero de realidades distintas y las adoptan o al menos pretenden imitarlas.

La comunicación no se reduce sólo a la transmisión de significados entre personas a través del lenguaje; va más allá porque se manifiesta en casi todas las esferas de la acción humana, en lo que sería el paso de la palabra a diversos y variadas personas que escuchan programas en las frecuencias radiales.

El conocimiento sobre la intención comunicativa y sus efectos en la comunidad, que está presente en los programas de los diversos medios masivos de comunicación, no es tan extenso, razón por la que se ha visto la necesidad de evidenciar como, por medio de la difusión del mensaje radial del Obispo de la Diócesis de Riobamba “El Pozo de Sicar”, se forma la Conciencia Social, del grupo de la Pastoral Juvenil Diocesano.

Es decir mediante el estudio de este tipo de textos determinar los efectos que puede generar este tipo de programas radiales en la sociedad.

1.1.2 Formulación del problema.

¿Cómo el mensaje radial del Obispo de la Diócesis de Riobamba “El Pozo de Sicar”, forma la Conciencia Social, en el grupo de la Pastoral Juvenil Diocesano, de junio a diciembre del 2014?

1.2 Objetivos:

1.2.1 Objetivo general:

Determinar la influencia del mensaje radial del Obispo de la Diócesis de Riobamba “El Pozo de Sicar”, en la formación de Conciencia Social, del grupo de la Pastoral Juvenil Diocesano, de junio a diciembre del 2014.

1.2.2 Objetivos específicos:

- Identificar los elementos del mensaje radial “El Pozo de Sicar” en la formación de la Conciencia Social.
- Explicar la formación de la Conciencia Social en el grupo de la Pastoral Juvenil Diocesano.
- Conocer el proceso para la construcción de la Conciencia Social a través del mensaje radial “El Pozo de Sicar”.

1.3 Justificación.

Es importante el inicio de esta investigación, al ser el microprograma radial “El Pozo de Sicar” de autoría del Obispo de la Diócesis de Riobamba Monseñor Julio Parrilla Díaz,

máxima autoridad de La Iglesia Católica en la provincia de Chimborazo, un segmento en el que se llama a la generación de Conciencia Social.

La presencia de este líder de opinión en un medio de comunicación masivo, como lo es la radio, genera el interés de descubrir el impacto que logra el mensaje del Obispo de Riobamba, a través del “Pozo de Sicar”; cuando los temas que aquí se abordan son de carácter coyuntural, de conflictos que deben identificarse y combatirse, como la ausencia de comunicación, la drogadicción el aborto, robo, desempleo, el desapego a lo que se considera los valores familiares, entre otros.

Para el desarrollo de esta investigación se ha considerado como grupo de estudio a quienes integran la Pastoral Juvenil Diocesano; el fin identificar el proceso de formación de la Conciencia Social a partir del mensaje radial.

Se pretende evidenciar como el mensaje a través de los medios de comunicación juegan un papel preponderante en la vida de las personas, al ofrecernos un flujo indefinido de contenidos, como fuentes básicas de ideas que pretenden direccionar la manera como deben conducirse las personas que integran el conglomerado humano, razón por la que esta investigación busca crear el conocimiento sobre el papel que cumplen los mensajes radiales con elementos lingüísticos en la formación social de su audiencia.

Las personalidades o líderes de opinión se vuelven puntos de referencia, como es el caso de religiosos, que sus acciones van más allá de las esferas en las que el común de las personas se desenvuelven, razón por la que a través de la comunicación masiva comienza a surgir nuevas formas de transmisión cultural, dada por la difusión de información en las sociedades modernas.

La factibilidad para la realización de esta investigación reside en la formación académica científica y técnica, adquiridos en la Universidad Nacional de Chimborazo, suficiente para su desarrollo; la predisposición que han demostrado el Obispo de Riobamba, autor y emisor del mensaje, al igual de las personas que integran la Pastoral Juvenil Diocesano de Riobamba.

El trabajo de investigación debidamente fundamentado se establece en un aporte tanto teórico como práctico para los beneficiarios directos que son quienes integran la Pastoral Juvenil Diocesano de Riobamba.

2 CAPÍTULO II

2.1 Marco teórico.

2.1.1 Antecedentes de investigación.

A través de la investigación documental en la biblioteca de la Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH), se evidencia no existe trabajo igual o que guarde similitud referente al tema: “El mensaje radial del Obispo de la Diócesis de Riobamba “El Pozo de Sicar”, en la formación de Conciencia Social, del grupo de la Pastoral Juvenil Diocesano, de junio a diciembre del 2014”. El tema y la investigación son auténticos y originales

2.2 Fundamentación teórica.

2.2.1 El mensaje radial.

2.2.1.1 El mensaje:

El análisis de un mensaje abarca más que la mera descripción de las estructuras textuales: discurso no es sólo texto, sino una forma de interacción social en que se confunden texto y contexto, este último, un elemento importante en la elaboración, ejecución y comprensión del discurso. (Pilleux, 2001-2002).

Un mensaje es un contenido a transmitir en una situación comunicacional, es decir la utilización de un conjunto de signos, símbolos o señales que son objeto de una comunicación, esto incluye elementos vinculados a la manipulación persuasiva de los significados.

Los mensajes radiales están compuestos por un grupo de contenidos con el objetivo de promover un sin número de instrucciones que tienen como fin difundir maneras de ideas para que los radioescuchas se apropien y permita el cambio de actitudes.

La forma sobre cómo se debe transmitir un mensaje o una información a las masas, de cómo se debe transmitir dicho mensaje, qué palabras debemos utilizar, cómo debemos dirigirnos, qué y cómo debemos decir. Los mensajes que los medios difunden deben propender a la generación de una sociedad que va evolucionando, sociedad que busca la equidad y fundamentación de mejor (Paoli, 1979. p.65).

En la construcción de los mensajes, de manera particular el principal interviniente es el periodista; desde su concepción humana introduce en la redacción del texto su previa experiencia, sus prejuicios, su inclinación política, su rutina de trabajo influye, en el sentido de que la noria de captación de información no le permite lo que en un principio debería ser el fin el encontrar el punto de equilibrio entre las versiones, posiciones o apasionamientos sobre un tema informativo que debe procesarse para convertirse en un texto persuasivo.

Dentro de la construcción de los mensajes radiales, en sí, se debe notar que también puede influir la posición de carácter editorial, político, económico. Tenga el medio dictadas desde la cabeza administrativa a veces con una visión más comercial antes que informativa; convirtiendo al ejercicio del periodismo en un simple instrumento de nexo entre el medio y sus formas de financiamiento, o buscando una forma de poder desde la ejercitación de la comunicación.

Los mensajes de los medios son construidos por los comunicadores, es decir, que no tan solo los seleccionan de la realidad y los transmite tal cual sino que sus valores profesionales, sus características, las rutinas de trabajo, así como los condicionantes organizacionales, económicos y políticos moldean el contenido de los mensajes (Lozano , 2007, Pag 56).

Cuando se habla del análisis del discurso, se coloca frente a una práctica netamente social y contextualizada, porque el discurso (del tipo que sea) desentraña y descubre elementos que no

son sólo lingüísticos, sino que sociolingüísticos, psicológicos y pragmáticos, que el lenguaje oculta debido a la propia conveniencia del emisor del mensaje.

2.2.1.2 Presentación del mensaje radial.

La forma como se presenta el mensaje es un aspecto importante y singular que permite que este tenga características persuasivas.

La persuasión suele utilizar para sus fines todas las técnicas disponibles aunque lo hace en mayor grado respecto de aquellas más vinculadas tanto a la persuasión cognoscitiva como a la ideológica.

Lo subliminal, se trata de presentar simultáneamente con un mensaje convencional otro mensaje subliminal, (en forma de imagen, frase escrita o frase hablada) durante una breve fracción de segundo o bien con una intensidad reducida, de manera que no se puede distinguir mentalmente del mensaje-fondo.

2.3 La comunicación en la sociedad.

La comunicación es uno de los procesos sociales que ha permitido el desarrollo del hombre en la comunidad, a través de los signos y el lenguaje; el estudio de este fenómeno es relativamente nuevo. Aunque ya los griegos hablaban de la retórica y ya planteaban un modelo de comunicación muy elemental, pero, investigaciones de una forma profunda sobre la comunicación se desarrolló durante el siglo XX, hecho que ha permitido evidenciar el papel preponderante cumple en la manipulación de las personas.

Para muestra, se cita a Wilbur Schramm, que en su texto La investigación de la comunicación en Estados Unidos, hace una serie de consideraciones:

La comunicación ha sido un estudio auxiliar, necesario para la comprensión del comportamiento humano y social y contributiva a otra teoría". (Paoli, 1979, pp. 64).

2.4 El mensaje en los medios masivos de comunicación.

La comunicación masiva es tratada por los teóricos sociales como una instancia de cohesión social, como un mecanismo institucionalizado para la difusión de valores y creencias colectivas, que cumple con las siguientes características.

Medio de la reproducción de ideología, como un mecanismo que al tiempo que difunde valores y creencias colectivas mantiene las relaciones sociales existentes, reproduce un orden social.

2.4.1 El mensaje como persuasión ideológica.

La persuasión ideológica o propaganda, desde una perspectiva psico-sociológica, se concibe como: “El intento deliberado realizado por agentes especializados, para provocar vuelcos en la opinión y en el sentimiento” (Ash, 1964.)

La publicidad persuasiva se utiliza como técnica en las campañas políticas, religiosas o de concientización social.

2.4.2 Tipos de mensajes y sus características.

Los mensajes, están cargados de diversos significados, una transmisión de información, que cuenta con características diferentes al respecto de otras clases de comunicación, como las que podemos mencionar:

- a.** Carga de significado, al contener elementos sociológicos, actúan en la sociedad y pretenden modificar de manera total o parcial, o bien reforzarlas, según la intención de quien pretende persuadir.
- b.** La sugestión es un factor de base psicológica. Funciona cuando el persuasor crea la impresión de que las propuestas incluidas en el mensaje (argumentos, juicios,

valoraciones) tienen relación con las ideas y creencias de quienes reciben los mensajes persuasivos.

- c. La estrategia del mensaje de apoyo. Se fundamenta en inducir a los individuos o grupos receptores a la resistencia contra la persuasión aislándolos del contacto con los mensajes o bien estimulándolos a no reconocer la validez de los argumentos persuasores.

2.4.2.1 El mensaje persuasivo.

Este tipo de mensaje se caracteriza por la intención manifiesta que tiene el emisor en influir o incitar a que el receptor haga algo, que lleve a la modificación de su conducta, induciendo a pensar que lo que escucha es una verdad, estimular a la participación política; producto de la estimulación realizada por la utilización de diversos elementos puestos para esa intención.

La estructura de un texto de opinión siempre tiene un fondo persuasivo, en el que su autor trata de convencer al receptor presentando argumentos sobre la bondad de su exposición, con la intención de convencer al escucha de determinadas maneras de ver las cosas.

Todo texto periodístico es un acto de interpretación, y, por tanto, subjetivo, ya que los medios informativos no son meros transmisores de la verdad, sino que ofrecen “versiones” de la realidad. La función interpretativa es el soporte de la actividad periodística moderna, por lo que el periodismo, en todos sus géneros, es interpretación de lo que ocurre (Diezhandino, 1994, Pg. 105).

En la persuasión tradicional, las técnicas eran básicamente lingüísticas con escasa relevancia de aquellas fundamentadas en factores psicológicos profundos, como por ejemplo motivaciones, en la persuasión contemporánea, hay una retórica predominante pero asociada al lenguaje de los medios, a través del cual un sujeto puede interactuar con los estímulos

externos que forman la realidad y, a partir de esa interacción. (Barthes, R. C. Metz, y G. Durand).

Todos los procedimientos persuasivos van orientados básicamente a disminuir las resistencias psicológicas de los receptores expuestos a la comunicación, al mismo tiempo que a verificar la correcta transmisión del mensaje y, sobre todo, se concentran en captar la atención del auditorio.

2.4.2.2 La persuasión.

Los factores que inciden directamente sobre el mayor o menor éxito de la persuasión, y también sobre la mayor o menor resistencia a su presión psicológica tienen que ver con:

Las variables de estímulo desde la fuente o el emisor, la mayor o menor capacidad del emisor para poder poner en marcha los procesos mediadores básicos: la atención, comprensión y aceptación tanto del mensaje formal como del contenido. (H. Lasswell, B. Berelson, P. Lazarsfeld, C. I. Hovland y E.Katz, 1930-1960).

2.4.3 Las variables de estímulo desde la fuente o el emisor.

La mayor o menor capacidad del emisor para poder poner en marcha los procesos mediadores básicos: la atención, comprensión y aceptación tanto del mensaje formal como del contenido.

Factores de situación de recepción (cómo, dónde, cuándo) del mensaje persuasivo.

Variables de predisposición psicológica del receptor que tenían importancia como elementos clave respecto de lograr una mayor aceptación y credibilidad del mensaje y de la fuente persuasora.

2.5 Utilización del mensaje en la formación de actitudes.

Entre los procedimientos generales se encuentran los siguientes:

a.- Explotación de los sentimientos. Para este propósito el emisor emplea procedimientos como: omisiones de un determinado tipo de información, enunciación de verdades a medias. La simplificación, se consigue técnicamente parcelando la problemática y sus contenidos.

b.- Seleccionar el contenido. Identificar qué es lo relevante y significativo, no suele ofrecerse nunca en bruto, ni objetivada, sino con carga de contenido sea político, ideológico o comercial.

c.- Repetición de temas.-Los temas e ideas en forma organizada, porque en la persuasión eficaz se utiliza la repetición de juicios de valor, ideas sobre acontecimientos de actualidad, o sobre aspectos totalizadores.

d.- El empleo de estereotipos. Busca ejemplos que emplean profusamente estereotipos como: el del joven moderno, el del joven tradicional, el del ama de casa, entre otros, con fines de manipulación de las valoraciones, juicios y prejuicios asociados a ellos.

e.- Sustitución de nombres comunes y adjetivos. Lo que se pretende es encubrir el significado real de alguno de los términos manipulados, e incluso por repetición- terminan siendo anulados semánticamente.

f.- Selección de datos. De un conjunto de datos disponible por el emisor, sobre una realidad determinada, el persuasor selecciona aquellos que considera más adecuados ofrecer al receptor por su utilidad a los fines del mensaje.

g.-La repetición de palabras clave y frases hechas. Permite que las ideas centrales y argumentos básicos elaborados penetren como un estribillo en las mentes de los receptores.

Los mensajes pueden producir los siguientes efectos psicológicos en el receptor que son: atención, comprensión, aceptación y retención.

Estos aspectos son esenciales para que el mensaje sea efectivo en el cumplimiento de su función persuasiva.

h.-Atención. Reconoce el hecho de que no todos los mensajes que se emiten con la intención de persuadir llegan a los receptores; por muy bueno que sea un mensaje y mucho que prometa, si no es atendido, no tendrá efecto alguno, por esta razón no es suficiente con recibir el mensaje para que éste surta efecto.

i.- Comprensión. Es necesaria, los mensajes demasiado complejos o ambiguos pueden perderse sin influir sobre los receptores, o lo que es peor, influyendo en un sentido contrario al deseado.

j.-La aceptación. El tercer paso, se consigue cuando los receptores llegan a estar de acuerdo con el mensaje persuasivo.

k.- Retención. El grado de aceptación de un mensaje depende fundamentalmente de los incentivos que ofrezca para el receptor.

2.6 Lenguaje radial.

Los medios de comunicación mantienen un lenguaje ajeno al que diariamente habla el pueblo, si formulamos solo la pregunta ¿cómo se interrelaciona para funcionar? Estamos dentro del modo teórico del funcionalismo. Pero si formulamos las preguntas ¿por qué y cómo la sociedad llegó a funcionar así?, entonces nos estamos moviendo en otra dimensión del análisis. En la primera pregunta tomamos el ser social y por ende su estructura de

comunicación como algo que llegó a ser así por la intervención de los hombres” (Paoli, 1983. p. 26).

Dentro de la comunicación se habla también de la semiótica, del análisis de contenido, tomando en cuenta que son bases fundamentales para la construcción de mensajes con un tema determinado; así también se encuentra dentro de la comunicación el lenguaje Radiofónico, a continuación en el marco teórico se hablará de los contenidos varios de los programas que todo esto será base fundamental para el análisis del programa.

El análisis se dirige a temas o problemáticas sociales, centrados en problemas cotidianos, en el que el rol del discurso en sociedad, se centra particularmente en las relaciones, de grupos.

De este modo, desde un punto de vista sociocognitivo, Van Dijk sostiene que se pretende identificar la manera en que los integrantes de un grupo social “reproducen los discursos o les ponen resistencia a través del texto y del habla” (Van Dijk, 1997, Pg. 22).

Para Fairclough y Wodak (Van Dijk 2000, Pg.387) “el análisis de los aspectos lingüísticos y semióticos de los procesos y de los problemas sociales. No tiene en la mira el lenguaje o el uso del lenguaje en sí mismos ni por sí mismos, sino en el carácter parcialmente lingüístico de los procesos y las estructuras sociales y culturales”.

Considerando el discurso como “práctica social”, señala que su propia tarea descubrir cómo actúa el discurso en estos procesos- constituye una forma de oposición y de acción social con la que se trata de despertar una actitud crítica en los hablantes, especialmente, en aquellos que se enfrentan más a menudo a estas formas discursivas de dominación (Martín Rojo y Whittaker, Pg. 13).

Es necesario estudiar a fondo tanto en la teoría como en la descripción, cuáles son las estrategias y estructuras de textos y hablas que nos interesan, de modo de descubrir los

patrones de máxima dominación o manipulación en texto, es así que se precisa detallar como se expresan tales formas, como se interpretan, legitiman y, finalmente, se reproducen en texto y habla” (Van Dijk 1997, Pg.18).

En esta perspectiva, las creencias, las opiniones, las actitudes y, en general, las formas de expresión ideológica, junto con los procesos cognitivos del discurso de los participantes, de manera que el mensaje es un indicador de algún estado o fenómeno cuya comprensión da cuenta de factores y relaciones sociales y culturales.

Sin embargo, el discurso debería estudiarse no sólo como forma, significado y proceso mental. Como señala Van Dijk, 2000Pg. 26, el discurso debería ser analizado como parte de “estructuras y jerarquías complejas de interacción y prácticas sociales, incluyendo sus funciones en el contexto, la sociedad y la cultura”.

A fin de demostrar como dichos significados subyacentes se relacionan con el texto, expresan o señalan varios significados subyacentes, opiniones e ideologías, es necesario efectuar un análisis del contexto cognitivo, social, político y cultural.

De acuerdo con Van Dijk, 2000, Pg.21, se pueden identificar algunas nociones que relacionan el discurso con las muchas dimensiones o estructuras de la sociedad, a saber: acción, contexto, poder e ideología.

Contexto idiomático. Es la lengua misma como dice Pilleux (2001-2002) como “fondo” del hablar.

Contexto verbal. Es el discurso mismo, según el “entorno”, de cada parte de este.

Además, cada signo debe conformar un contexto verbal, pero no solo debe importar lo dicho antes, sino lo dicho después en el mismo discurso.

Contexto extra verbal. Son todas las circunstancias no lingüísticas que son percibidas y conocidas por los hablantes.

El lenguaje radiofónico posee sus particularidades, sus ventajas y sus inconvenientes en el momento de transmitir información con un contenido, por ello, es preciso revisar dichos elementos para conseguir su máxima explotación.

2.6.1 Elementos del mensaje radial.

La voz (tono, timbre e intensidad), por lo que respecta a la voz es preciso remarcar que se trata de la única herramienta de la que se dispone para expresar aquellas acciones que en otras situaciones comunicativas se muestran por medio de imágenes.

El silencio ausencia de sonido. Es muy importante porque transmite mucha información. Es el sistema no expresivo del mensaje radiofónico.

Los recursos sonoros para comprender por qué es tan necesaria su explotación en el campo de la persuasión. (Vázquez, Gestal Montserrat, 2001).

2.6.1.1 Elementos lingüísticos del mensaje radial.

Para este hecho el emisor debe tener claro qué es, lo que quiere comunicar, qué desea decir, cuál es la actitud que pretende modificar, es decir la delimitación de la idea que pretende situar en la mente de los escuchas.

Los seres humanos a partir de los mensajes que recepta del entorno, construyen representaciones mentales, tanto de manera individual como del colectivo, y en esta construcción los medios de comunicación tienen un papel crucial dado que la prensa tiene un alto grado de influencia ideológica como sistema mediático.

Además, dado que en los espacios de opinión, está una parte considerable del núcleo ideológico de los medios; dado que la ideología del emisor tiene influencia en la orientación de la información y también en el debate público.

El código semántico–descriptivo de la palabra radiofónica se apoya principalmente en su significado denotativo, según el cual, un signo o palabra equivale a una idea u objeto de percepción. Incorpora dos figuras retóricas: la comparación y la metáfora, que en el ámbito descriptivo dotan a la palabra de un mayor poder de excitación de imágenes auditivas en el oyente.

2.7 Identificación de proposiciones.

2.7.1 Cuadro 2.1 Ante la violencia

Tema:	Delincuencia y sociedad	
Problema:	Ola delictiva y violenta	
Conflicto:	Comodidad, indolencia, tolerancia y habituarse ante el problema.	
¿Cómo se explican la tesis los diferentes actores?		
Actor:	Tesis:	
Sociedad	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Siente su vida amenazada y no solo su vida también sus bienes y la paz social. ✓ Desestructuración familiar, en tantos hijos e hijas a la deriva, en la ausencia de moral, de valores, de ética familiar. ✓ Esta esquizofrenia terrible entre quiero y no puedo, que desemboca en la frustración y en la búsqueda compulsiva de las cosas sea como sea. 	
Estado:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ En medios de una política de bonos asistenciales, parados al borde de la vereda esperando que alguien los contrate; lo más triste es que al final la delincuencia es la salida normal para muchos, la única de mandar, tener, gozar. ✓ Pienso en nuestros jóvenes, en tantos Guasmos perdidos a lo largo y ancho de la patria; jóvenes sin educación, sin capacitación, sin trabajo sin oportunidades, siempre tentados por el lograr dinero fácil, sicarios de sí mismos. ✓ No se cómo mirara Dios esta realidad nuestra, pero me lo imagino sufrido y desconcertado, tanto como yo, cuando oigo machaconamente, eso que la Patria ya es de todos; no es verdad, todos son demasiados. 	
Medios de Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La crónica roja, es día a día el museo de los horrores y lo más triste del caso es que nos vamos habituando a la sangre, al miedo domesticado por una política rica en palabras y pobre en acciones preventivas. 	

Fuente: Encuesta Integrantes Del Grupo “Pastoral Juvenil Diocesano”

Elaborado por: Luis Alberto Rosero López.

Cuadro 2.2. Coge el dinero y corre.

Tema:	Deshumanización
Problema:	Imágenes cotidianas, duras e inmorales.
Conflicto:	Cuestionamiento de la condición Humana.
¿Cómo se explican la tesis los diferentes actores?	
Actor:	Tesis:
Sociedad:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Los muertos y heridos, y la osadía de los criminales, un tipo de violencia. ✓ Para viabilizar estas inquietudes están la ética y la religión, que nunca podrán faltar del horizonte humano. ✓ El alma de los pueblos la nutre el amor a la justicia, la solidaridad y la compasión.
Estado:	✓ Semejante avaricia, dinamita cualquier proyecto del buen vivir, y enciende una luz roja de alerta ante las exigencias del progreso humano.
Medios de Comunicación	✓ Preocupado por el desarrollo moral de nuestro pueblo, habido una imagen que especialmente a resultado perturbadora, los pasajeros del autobús, en vez de atender a los heridos se dedicaran a recoger los billetes.
Mensaje	✓ No se cómo mirara Dios esta realidad nuestra, pero me lo imagino sufrido y desconcertado, tanto como yo, cuando oigo machaconamente, eso que la Patria ya es de todos; no es verdad, todos son demasiados ajenos al futuro, privados en la vida del único bien indiscutible que nadie, nadie debería de arrebatarnos.

Fuente: Encuesta Integrantes Del Grupo “Pastoral Juvenil Diocesano”

Elaborado por: Luis Alberto Rosero López.

2.7.2 Cuadro 2.3. Comunicación:

Tema:	Comunicación
Problema:	Comunicación efectiva y afectiva
Conflicto:	Nuevas tecnologías de la comunicación y la incomunicación.
¿Cómo se explican la tesis los diferentes actores?	
Actor:	Tesis:
Sociedad:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Su hermano había emigrado a los EEUU el mismo año que Él lo había hecho a la Argentina; durante de 6 décadas no habían sabido nada el uno del otro la distancia los había incomunicado y quizás sin quererlo se habían acostumbrado a la incomunicación. ✓ Sin embargo que las comunicaciones se hayan facilitado tanto, no quiere decir que necesariamente hayamos crecido en comunicación, es decir en capacidad de poner en común la propia vida e ideas.
Tecnologías de la comunicación:	✓ Hoy con tamos con medios de todo tipo para relacionarnos con los demás sin importar la distancia, se dan cuenta la maravilla que supone el Skype; aparatos cada vez más pequeños ligeros y sofisticados, nos permiten usar el correo electrónico, contactar con las personas queridas, estar informadas del tiempo, escuchar música, ver películas, intercambiar fotografías, chatear, y recibir y enviar mensajes.
Mensaje:	✓ Decía Santa Teresa, no es menester, ir al cielo no más lejos que nosotros mismos, para hablar con Él, en un dialogo de amistad íntima y directa en todo momento; la oración es el medio para poder hacerlo.

Fuente: Encuesta Integrantes Del Grupo “Pastoral Juvenil Diocesano”

Elaborado por: Luis Alberto Rosero López

2.7.3 Cuadro 2.4 Cuando era joven:

Tema:	La familia
Problema:	Ruptura del vínculo primario de La Sociedad
Conflicto:	Desnaturalización de los valores
¿Cómo se explican la tesis los diferentes actores?	
Actor:	Tesis:
Familia:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cuando yo era joven, la vida se socializaba mayormente en la familia, ella era el seno nutriente en el que alimentábamos, vida, ilusiones y sueños, también a veces frustraciones; para muchos era casi nuestro único referente o al menos el más importante la familia y todo lo que le rodeaba. ✓ La familia es el espacio moral, el lugar en el que con amor y libertad todavía podemos hacer la síntesis de tantas influencias contradictorias.
Sociedad:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hoy, los jóvenes socializan de forma mucho más plural y autónoma, está la calle, sus iguales, el colegio, la universidad, los medios de comunicación etc. ✓ En medio de una sociedad que cosificado y banalizado la sexualidad, desvinculándola del amor, del matrimonio, y del compromiso, que promueve el materialismo y el hedonismo, como valores principales.
Mensaje:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Casa donde hay pautas claras de comportamiento, donde hay exigencia, pero también ternura, casa donde se nombra a Dios, se pide y se da la bendición y se ora en familia; casa donde más allá de los metros cuadrados hay calor de hogar.

Fuente: Encuesta Integrantes Del Grupo "Pastoral Juvenil Diocesano"

Elaborado por: Luis Alberto Rosero López.

2.7.4 Cuadro 2.5 Dar la vida por amor.

Tema:	El amor más allá del Yo.
Problema:	Falta de compromiso.
Conflicto:	Lejanía de la juventud de la Iglesia.
¿Cómo se explican la tesis los diferentes actores?	
Actor:	Tesis:
Juventud:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿No sé qué hacer con la fe?, es ejemplo de gran parte de nuestra juventud. ✓ La crítica y la limpieza que aportan los jóvenes, habla de audacia, cuando habla de ellos, y a ellos se refiere, cuando habla de su falta de presencia en la Iglesia y las energías que aportarían.
Sociedad:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Una fe dejada entre paréntesis, un ansia de bienestar e infinitos intereses inmediatos. ✓ Un joven, puede llegar a poner su vida a disposición de Dios, si llega a ser amigo de Jesús, si descubre la belleza de ser cristiano, de amar de forma apasionada a los demás, y dar su vida por la justicia, por el bien, por la belleza, por el hombre
Mensaje:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Juan, el discípulo amado es mi acompañante en la amistad con Jesús, de estos amigos en Jesús, brotara algo nuevo; puede haber equivocaciones pero lo importante es el hecho de que solo los audaces cambian el mundo para bien.

Fuente: Encuesta Integrantes Del Grupo "Pastoral Juvenil Diocesano"

Elaborado por: Luis Alberto Rosero López

2.7.5 Cuadro 2.6 El aborto.

Tema:	El aborto.
Problema:	Valores de la Sociedad.
Conflicto:	La comodidad personal o la vida que no ha nacido.
¿Cómo se explican la tesis los diferentes actores?	
Actor:	Tesis:
Familia:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ “Mi hijo, es de los últimos, quedan muy pocos, cada vez son menos los que te cruzas por la calle, dentro de poco serán un recuerdo, para unos de nostalgia y cariño, para otros, una pesadilla por lo que hicieron”. ✓ Mi hijo tiene síndrome de Dow, es de los últimos. ✓ Hay parejas que van hasta los últimos rincones del mundo con la esperanza y la ilusión de encontrar la mitad, de lo que yo tengo
Sociedad:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Cómo no lo eliminaste, con lo fácil que es, dos firmas, 10 minutos, algo de reposo y ya está? ✓ Tienes treinta años, embarazo, amniocentesis, y solo te ofrecen un camino, eliminarlo.
Estado:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Con la ley en la mano podremos eliminar y destruir un feto, otra cosas es que podamos borrarlo de nuestra conciencia, en una sociedad hedonista.
Mensaje:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ No se dejen engañar, que tu hijo sea de los últimos, te convierte a ti en primero, a ti y a él, él, siempre será el primero en tu corazón de padre, de madre, y tú siempre serás el primero en el corazón de Dios.

Fuente: Encuesta Integrantes Del Grupo “Pastoral Juvenil Diocesano”

Elaborado por: Luis Alberto Rosero López

2.7.6 Cuadro 2.7 Civismo.

Tema:	Civismo
Problema:	Concepto de Civismo
Conflicto:	Construcción del Civismo.
¿Cómo se explican la tesis los diferentes actores?	
Actor:	Tesis:
Concepto:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Civismo viene siempre de CIVIS, ciudadano. ✓ Para ser cívico, hay que tener una cierta capacidad, de dudar de si mismo de ser crítico y solidario.
Sociedad:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El civismo hay que educarlo y si en este proceso educativo somos exitosos, obtendremos ciudadanos; es decir personas que piensan en las consecuencias.
Individuo:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Personas que piensen en la consecuencia de algo tan sencillo, tendrán también la capacidad de organizarse en la defensa de sus intereses, de participar en política y de discrepar de los políticos. ✓ La persona, las relaciones cívicas nos harán más humanos.
Mensaje:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ No basta con que la ciudad crezca si al mismo tiempo no crece nuestro civismo.

Fuente: Encuesta Integrantes Del Grupo "Pastoral Juvenil Diocesano"

Elaborado por: Luis Alberto Rosero López.

2.7.7 Cuadro 2.8 El cuento de un hombre que se murió.

Tema:	Intolerancia.
Problema:	Prejuicio.
Conflicto:	Cambio personal.
¿Cómo se explican la tesis los diferentes actores?	
Actor:	Tesis:
Individuo:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Cómo acojo y escucho a aquellos que me da miedo escuchar? ¿Cómo recibo y respeto a los que me critican? ¿Cómo trato a los que piensan de forma diferente a la mía, a los que no son ni de mi iglesia, ni de mi equipo; a los que me hacen preguntas incómodas, a los que no entiendo o simplemente no quiero entender? ✓ No quiero vivir encadenado al miedo, al contrario quiero abrir mi inteligencia y mi corazón para poder comprender y tener compasión, eso quiero.
Sociedad:	✓ No basta con ver y dejarse llevar por la ira, es preciso descubrir detrás de cada hombre, en el fondo del corazón, ahí donde un día fue amado por alguien, ese fondo de verdad y de ternura que no siempre sabemos administrar.
Mensaje	✓ Pídanle a Dios sus gafas para atreverse a mirar la realidad con otros ojos y descubrir lo que otros tienen que enseñarles; descubrirán que, más allá de las apariencias todavía hay gente buena capaz de compartir alma, vida y corazón.

Fuente: Encuesta Integrantes Del Grupo "Pastoral Juvenil Diocesano"

Elaborado por: Luis Alberto Rosero López.

2.7.8 Cuadro 2.9 El derecho a trabajar.

Tema:	Derechos
Problema:	Falta de empleo
Conflicto:	El discurso político frente la realidad.
¿Cómo se explican la tesis los diferentes actores?	
Actor:	Tesis:
Individuo:	✓ Parados de larga duración trabajadores de economías sumergidas eternas, salarios bajos frente al costo de la canasta familiar, jóvenes que tienen que dejar su terruño, familias rotas por una emigración interna o externa.
Sociedad:	✓ La falta de empleo es un índice de que las cosas no van tan bien. ✓ Las peores consecuencias recaen cada vez más sobre los de siempre los más empobrecidos, que a pesar del bono seguirán siendo pobres de por vida.
Estado:	✓ El run run de la revolución, se van convirtiendo en un estribillo, se corre el peligro de que los pobres se vuelvan invisibles, ellos que son los que más duramente sufren las consecuencias del sistema
Mensaje:	✓ Los pobres se vuelvan invisibles, ellos que son los que más duramente sufren las consecuencias del sistema y los efectos de la crisis, para ellos para los más pobres siempre nuestra solidaridad.

Fuente: Encuesta Integrantes Del Grupo “Pastoral Juvenil Diocesano”

Elaborado por: Luis Alberto Rosero López.

2.7.9 Cuadro 2.10 Prejuicios y Silencios.

Tema:	El silencio en el matrimonio.
Problema:	Falta de compromiso.
Conflicto:	No cambiar el comportamiento.
¿Cómo se explican la tesis los diferentes actores?	
Actor:	Tesis:
Matrimonio:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Los prejuicios y los silencios que acompañan nuestra vida, nuestras relaciones, incluida la relación matrimonial de esposos. ✓ Hay que darse la oportunidad del encuentro, de la palabra, del gesto amable, muchos matrimonios hacen agua en su barca por falta de comunicación
Sociedad:	✓ El silencio, no es más que la expresión del miedo, y ese silencio mantenido tercamente en el tiempo, ahonda más los prejuicios y las distancias y poco a poco nos hace incapaces para una relación
Mensaje:	✓ Aunque el amor les causa alguno que otro dolor, pero los dolores que nacen del amor entregado son los únicos que merecen la pena.

Fuente: Encuesta Integrantes Del Grupo "Pastoral Juvenil Diocesano"

Elaborado por: Luis Alberto Rosero López

2.8 Formación de Conciencia Social.

2.8.1 Conciencia Social.

La conciencia es el reflejo de las condiciones materiales de existencia. Sus elementos que la componen son el pensamiento, el sentimiento y los sentidos.

Pensamiento (conceptos, juicios, deducciones): solo se da si existen sensaciones, percepciones y representaciones, y estas dimensiones son reflejos del mundo exterior.

Sentimiento: se manifiesta en la caracterización de respuesta y desenvolvimiento que asume el sujeto frente a un hecho determinado. Por eso es que cada sujeto ante diferentes circunstancias, pueden dar respuesta diferentes, e incluso, diferente respuestas respecto a otras respuesta de otros sujetos.

Sentidos: vincula al sujeto al medio externo. Se desarrollarán conforme a las características de estructura y su permanente interacción con el medio. Los sentidos darán cuenta al sujeto del medio, excepto en momentos de estado inconsciente.

Es por ello que el ser social, el sujeto como ser en interacción social, construye su propia conciencia. De esto se obtiene que la conciencia sea reflejo secundario respecto a lo reflejado.

Así, la conciencia es secundaria y el ser social es primario.

2.8.2 Formación social.

En tiempos variados, todas las sociedades parecen ser traspasadas por un conjunto de cambios profundos y de larga duración en sus estructuras económicas, sociales, culturales, tecnológicas y políticas, a lo cual muchos sociólogos han llamado modernidad. Sin despreciar la importancia de la expansión de los sistemas de comunicación los mismo que influyen en la conducta de los miembros de la sociedad y que, particularmente, han contribuido para la formación y legitimación de orientaciones culturales específicas.

De esta manera la formación ciudadana es un proceso que forma parte de la socialización de los individuos cuyo propósito es la formación enfocada a la interiorización y práctica de valores sociales como la responsabilidad y la participación.

2.8.3 Conciencia.

La palabra conciencia proviene del latín *conscientiā*, que significa “**con conocimiento**”. Se trata del acto psíquico que permite a una persona percibirse a sí misma en el mundo.

Es la capacidad de determinados individuos, grupo u organizaciones sociales, ligados muy fuertemente a las ideas de solidaridad y compromiso, este es el primer paso hacia la alteración de estructuras de discriminación voluntaria e involuntaria ejercidas sobre determinados grupos sociales dentro de una comunidad.

La Conciencia Social hace referencia a la necesidad de actuar en beneficio de aquellos que viven en situaciones de pobreza, marginalidad y exclusión, también con ella se puede hacer referencia a la importancia del cambio de estructuras o pautas de comportamiento que afectan al conjunto de una sociedad, por ejemplo, el cuidado del medio ambiente, el respeto a las normas de tránsito, entre otras.

La Conciencia Social también se puede despertar en las personas y ser adquirida o expandida con el paso del tiempo, de acuerdo a las necesidades de cada conjunto social.

Así, si bien personas de determinada edad no han sido educados en la adquisición de Conciencia Social respecto a diferentes temas, los programas de diverso aspecto, pueden servir para que se generen espacios de reflexión sobre la importancia de la misma en momentos específicos de la existencia de una comunidad.

2.9 Características de la Conciencia Social.

El desarrollo de la Conciencia Social implica conocer la dinámica de las relaciones sociales entre los individuos, los grupos y las comunidades.

- Valoración de los derechos humanos.
- Reconoce la importancia de una interacción social armoniosa.
- Conduce al activismo social y a la transformación de la sociedad.

2.10 Estrategias para el desarrollo de la Conciencia Social.

2.10.1 Tener en cuenta las necesidades individuales y grupales.

Desarrolla una sensibilidad a las necesidades de los demás, esto significa aprender a compartir armoniosamente el entorno, el reconocimiento de las necesidades de los familiares, amigos y compañeros de trabajo y la práctica del altruismo.

2.11 Papel que se juega en los conflictos.

Evita los conflictos a toda costa, elección de la compañía de personas pasivas o participan de forma pasiva en comportamientos agresivos. Desarrollo de habilidades de resolución de conflictos. Aumento de la sensibilidad a la justicia social y a la armonía.

Significa el trato a los demás justamente, no importando su nivel de popularidad o su estilo de vestir.

2.11.1 Información sobre los problemas sociales.

El racismo, el sexismo y la pobreza son solo algunos ejemplos de los problemas que plagan a la sociedad.

a) Experimentación en grupos desconocidos.

Exposición a diversas culturas y formas de vida, amplía el pensamiento y la visión del mundo. Ponerse frente a diferentes sistemas de creencias, tipos de comidas y estilos de vida es útil para ampliar el círculo social y construir la tolerancia para diversos puntos de vista.

b) Comprometimiento a un plan de sensibilización social.

Diseñar un plan que mantenga constantemente al tanto de la sociedad.

Servir en la comunidad. Busca oportunidades de servicio en escuelas, centros culturales, organizaciones políticas, comunidades religiosas o actividades vecinales.

Participar en una actividad social diariamente.

Practicar hablar en defensa de otros.

2.11.2 Desarrollar la Conciencia Social.

El pensamiento parte del conocimiento (cognitivo y afectivo) que nuestros sentidos adquieren de la realidad y esto depende del grado de información veraz y oportuna que se recibe de ésta y de la manera como se procesa y asimila. En éste sentido, el hombre y la sociedad son lo que piensan; y al principio del siglo XXI el pensamiento personal y social, cada vez más, se forma y depende del funcionamiento de los medios de información colectivos.

Por esta razón, cobra total importancia en la actualidad el papel de la producción, difusión, almacenamiento y procesamiento de la información para la superación de los conflictos de nuestra sociedad.

Hay que recordar que la distribución de información y de cargas emotivas de nuestra sociedad es un insumo central que acelera o retarda nuestro crecimiento colectivo: a mayor difusión y objetividad en la circulación de la comunicación, mayor crecimiento de la Conciencia Social y, por lo tanto, avance de la sociedad y viceversa.

Hay que tener presente que a principios del siglo XXI los medios de información, particularmente los electrónicos, son grandes alimentadores y excitadores de nuestros cerebros y emotividades, y por lo tanto, de nuestras conciencias. Por ello, la difusión sistemática de realidades y afectividades sobre nuestros principales problemas nacionales a través de los medios de información colectivos, puede provocar un avance cualitativo en el proceso de desarrollo de nuestra sociedad.

La Conciencia Social, por su parte, puede definirse como el conocimiento que una persona tiene sobre el estado de los demás integrantes de su comunidad. El individuo con Conciencia Social es, justamente, consciente de cómo el entorno puede favorecer o perjudicar el desarrollo de las personas.

La Conciencia Social supone que el hombre entiende las necesidades del prójimo y pretende cooperar a través de distintos mecanismos sociales.

La construcción de identidad es fundamental para la construcción de sociedad; la misma que debe formarse a través de los procesos sociales y en la misma los medios de comunicación social, juegan un rol protagónico.

La comunicación ha sido un estudio auxiliar, necesario para la comprensión del comportamiento humano y social y contributiva a otra teoría. (Paoli, J. A. 1979. P. 64).

Así, por ejemplo, cada vez existe más Conciencia Social acerca de la importancia que tiene el proteger nuestro entorno lo que se traduce en acciones para reducir lo que es la contaminación, para bajar lo que es el consumo de la energía eléctrica y para apostar por fuentes de energías renovables. En este sentido, habría que destacar el uso de la domótica en los edificios y viviendas para lograr el citado ahorro energético.

2.11.3 Las teorías de la identidad.

Henri Tajfel y John Turner, desarrollaron en 1979 “La Teoría de identidad social (TIS)”.

Su estudio desglosa su análisis en tres áreas bien definidas: categorización, identificación y comparación.

Categorización: La categorización que las personas hacen sobre las cosas o las personas, es básicamente para obtener una explicación de que son o quiénes son, esto con el fin de alcanzar una explicación básica de nuestro entorno social.

Esta categorización por lo regular es de manera arbitraria, negro, blanco, alto, bajo, delgado, ecuatoriano, colombiano, rico, pobre etc.

Y de esta manera otorgar una categoría a la cual pertenezca; según el ideario propio.

Identificación: Esto viene dado desde la experiencia, desde el punto de vista de la convivencia.

Disgregándose en el “Nosotros” o el “Yo”. Desde la convivencia del grupo social al que pertenezco o yo en calidad de individuo, y como me relaciono o al que pertenezco.

De esta manera podemos señalar que la relación del individuo con el grupo se conoce como identidad social y el yo se la conoce como identidad personal.

Comparación: En la convivencia general nos identificamos como igual a los demás y buscamos la misma consideración.

Como ejemplo citaremos a dos bandos opuestos, en el grupo A, se los considera distintos a los del grupo B; pero a su vez a los integrantes de cada grupo se los considera iguales entre sí, por esta razón la empatía o cohesión del grupo que los distingue del grupo contrario.

La comparación social se la analiza desde dos corrientes que son la positiva y la negativa:

En la comparación positiva los grupos se presentan cuando un grupo social se compara con otros grupos para definir a su grupo con una imagen positiva o superior.

La segunda posición es la comparación o distinción negativa, en esta se minimiza las diferencias de los grupos; para medir al propio como igual que el resto.

En esto los medios de comunicación masiva han desarrollado un papel decisivo, al difundir los eventos, acontecimientos, cultura, y comportamiento social que antes eran lejanos o desconocidos para nuestra realidad, presentándolos de manera directa, con intención o no de influir en los hábitos de sus consumidores; mediante esto quien consume esta información mediante la comparación positiva o negativa, adoptara o rechazara lo que en calidad de nuevo y que se lo invita a consumir; lo comparara con su entorno actual, pudiendo adoptar nuevas formas de comportamiento social ajenas a nuestra realidad e idiosincrasia.

2.12 Definición de términos básicos:

Obispo.- Sacerdote cristiano que ha recibido la orden del episcopado (grado más elevado del sacerdocio cristiano) y que tiene entre sus funciones gobernar una diócesis, ordenar sacerdotes, confirmar a los fieles, consagrar iglesias, etc. En la iglesia católica, el Papa elige a los Obispos".

Diócesis.- Se llama Diócesis a aquel territorio o distrito que se encuentra sujeto a la jurisdicción de un prelado, es decir, de un obispo, un arzobispo, entre las opciones más comunes.

El concepto de Diócesis es realmente antiguo, ya que en realidad al mismo, en tiempos del imperio romano, se lo usaba para designar a las divisiones administrativas.

Persuasión.- La persuasión es la influencia social de las creencias, actitudes, intenciones, motivaciones y comportamientos. La persuasión es un proceso destinado a cambiar la actitud o el comportamiento de una persona o un grupo hacia algún evento, idea, objeto o persona(s),

mediante el uso de palabras para transmitir información, sentimientos, o el razonamiento, o una combinación de los mismos.

Emisor.- El emisor (del latín *emissor*, *ōris*) es uno de los conceptos de la comunicación, de la teoría de la comunicación y del proceso de información. En sí técnicamente, el emisor es aquella persona que emite o envía el mensaje a través de un canal hasta un receptor, perceptor y/u observador.

Receptor.- Receptor, en teoría de la comunicación, es el agente (persona o equipo) que recibe el mensaje, señal o código (comunicación) emitido por un emisor, transmisor o enunciante; es el destinatario que recibe la información suficiente. El Receptor realiza un proceso inverso al del emisor, ya que descifra e interpreta los signos utilizados por el emisor; es decir, descodifica el mensaje que recibe del Emisor. La lengua es uno de los códigos más utilizados para establecer la comunicación entre los seres humanos.

Lingüística.- El concepto de lingüística (término que deriva del vocablo francés *linguistique*) nombra a aquello que pertenece o está relacionado con el lenguaje. Esta palabra también permite hacer mención a la ciencia que tiene a la lengua como objeto de estudio.

Conciencia.- La conciencia (del latín **conscientia** 'conocimiento compartido', pero diferente de conciencia, ser conscientes de ello) se define, en términos generales, como el conocimiento que un ser tiene de sí mismo y de su entorno, pero también se refiere a la moral o bien a la recepción normal de los estímulos del interior y el exterior. *Conscientia* significa, literalmente, «con conocimiento» (del latín *cum scientia*).

Sociedad.- Sociedad (del latín *societas*) es un concepto polisémico, que designa a un tipo particular de agrupación de individuos que se produce tanto entre los humanos (sociedad

humana -o sociedades humanas, en plural-) como entre algunos animales (sociedades animales).

En ambos casos, la relación que se establece entre los individuos supera la manera de transmisión genética e implica cierto grado de comunicación y cooperación, que en un nivel superior (cuando se produce la persistencia y transmisión generacional de conocimientos y comportamientos por el aprendizaje) puede calificarse como "cultura".

Pastoral.- Pastoral se refiere al cuidado y asesoramiento espiritual proporcionado por pastores, capellanes y otros líderes religiosos a miembros de sus iglesias o congregaciones o a miembros de otras confesiones.

En la Iglesia católica, se entiende como un servicio enmarcado en el triple ministerio (litúrgico, profético y de servicio).

Juvenil.-La juventud (del latín iuventus) es la edad que se sitúa entre la infancia y la edad adulta. Según la Organización Mundial de la Salud, la juventud comprende el rango de edad entre los 10 y los 24 años; abarca la pubertad o adolescencia inicial -de 10 a 14 años-, la adolescencia media o tardía -de 15 a 19 años- y la juventud plena -de 20 a 24 años.

Grupo.-La palabra grupo deriva del concepto italiano gruppo y hace referencia a la pluralidad de seres o cosas que forman un conjunto, ya sea material o mentalmente considerado. El término se utiliza en distintos ámbitos, como en las matemáticas, la astronomía, la química, la sociología, la informática y la música.

2.13 Variables de investigación.

2.13.1 Independiente:

El mensaje radial del Obispo de la Diócesis de Riobamba.

2.13.2 Dependiente:

Formación de Conciencia Social, del grupo de la Pastoral Juvenil.

2.14 Operacionalización de variables.

2.14.1 Cuadro Variable independiente:

El mensaje radial del Obispo de la Diócesis de Riobamba.

DEFINICIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Grupo de contenidos con el objetivo de promover un sinnúmero de instrucciones que tienen como fin la difusión de ideas para que los radioescuchas se apropien y permita el cambio de actitudes.	Contenidos. Difusión de ideas Actitudes.	Indica las características de una sociedad. Emplea frases que convencen. Tiene la forma persuasiva Actúan recíprocamente emisor y recíprocamente.	TÉCNICAS: Encuesta INSTRUMENTOS: Cuestionario.

2.14.2 Cuadro Variable dependiente:

Formación de Conciencia Social, del grupo de la Pastoral Juvenil.

DEFINICIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Es la capacidad de determinados individuos, grupo u organizaciones sociales, ligados muy fuertemente a las ideas de solidaridad y compromiso, este es el primer paso hacia la alteración de estructuras de discriminación voluntaria e involuntaria ejercidas sobre determinados grupos sociales dentro de una comunidad.</p>	<p>Ideas solidarias</p> <p>Compromiso</p> <p>Grupos sociales.</p>	<p>Desarrolla una sensibilidad a las necesidades de los demás.</p> <p>Expresa sentimientos de compartir</p> <p>Participa en acciones de cambio.</p>	<p>TÉCNICAS:</p> <p>Encuesta</p> <p>INSTRUMENTOS:</p> <p>Cuestionario</p>

3 CAPÍTULO III

3.1 Marco metodológico.

3.1.1 Diseño de la investigación.

La investigación tendrá un diseño cualitativo, porque a través de este proceso se aplicara una encuesta y una guía de observación con cuyos resultados se obtendrán porcentajes los mismos que permitirán la realización del análisis numéricos de los datos, que busque describir al fenómeno investigado, a través de la interpretación de los datos obtenidos, no con el manejo de números sino más bien cualidades del grupo investigado.

3.2 Tipo de investigación.

3.2.1 No experimental:

Este tipo de investigación permitirá al investigador obtener información del objeto de estudio en forma inmediata sin ejercer ninguna acción directa que implique cambios de comportamiento como consecuencia del acto ejercido.

3.2.2 Correlacional:

Porque permitirá medir la relación existente entre las dos variables planteadas de acuerdo a sus comportamientos y, es seccional porque la información se recogió en una oportunidad única brindada en la Diócesis de la ciudad de Riobamba.

3.2.3 Descriptiva:

La investigación ha desarrollarse será de carácter descriptiva, al presentar características del problema, los hechos ocurridos en la Pastoral Diocesana de la ciudad de Riobamba.

3.3 Métodos de investigación:

En el presente trabajo investigativo, el método a ser utilizado es el **deductivo** porque se partirá de situaciones generales expuestas en el marco teórico, las mismas que serán aplicadas a la realidad concreta.

También se trabajará con el método **inductivo** se partirá de los hechos sobre el tema a ser investigado, para llegar a una conclusión general.

3.3.1 Análisis:

Se tomará algunas partes importantes del mensaje que permita evidenciar su parte persuasiva.

3.3.2 Síntesis:

Se utilizará para analizar los aspectos importantes sobre el mensaje del Obispo de la Diócesis la formación de la ciudadanía, se construirá ideas y opiniones propias sobre el tema.

3.3.3 Observación:

Se realizará una percepción completa del objeto de estudio a partir de las características y el contexto del mensaje y su incidencia en la formación de ciudadanía en “Pastoral Juvenil Diocesano”.

3.4 Población y muestra.

3.4.1 Población.

La población de la presente investigación correspondió a 36 personas que pertenecen a la pastoral diocesana, de la ciudad de Riobamba, de la Provincia de Chimborazo.

Cuadro 3.1 Grupo de estudio

GRUPO	POBLACION
Jóvenes de la Pastoral de la Diocesana	36
TOTAL	36

Fuente: Diócesis de Riobamba
Autor: Luis Alberto Rosero López.

3.5 Muestra.

La muestra con la que se trabajó constituye toda la población integrada por 36 participantes que equivale al 100% de la población; por lo que no se calculó una muestra por ser la población limitada y pequeña.

3.6 Técnicas e instrumentos de investigación.

Para recolectar los datos sobre el objeto de estudio se utilizarán las siguientes técnicas con sus respectivos instrumentos:

3.6.1 Técnicas:

Para esta investigación se aplicará la Observación a 36 personas de la Pastoral Juvenil Diocesano de la ciudad de Riobamba.

3.6.2 Instrumentos:

Guía de observación, cuestionario y guía de entrevista.

4 CAPÍTULO IV

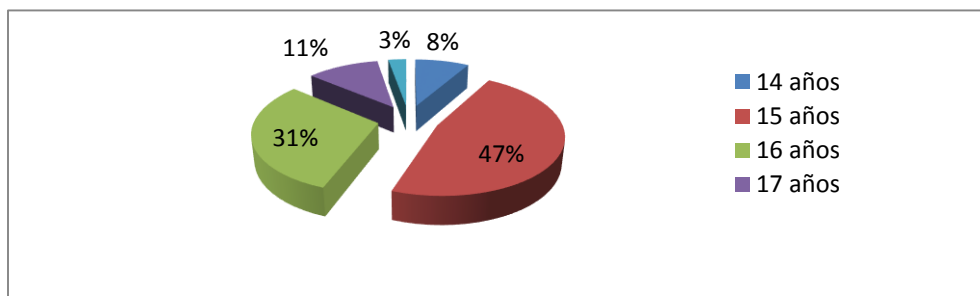
4.1 Análisis e interpretación de resultados.

Encuesta integrantes del grupo “Pastoral Juvenil Diocesano”

Cuadro 4.1 Grupo de estudio.

GRUPO DE ESTUDIO	36	
EDAD	Nº	%
14	3	8%
15	17	47%
16	11	31%
17	4	11
18	1	3
TOTAL	36	100%

Gráfico 4.1



Fuente: Encuesta Integrantes Del Grupo “Pastoral Juvenil Diocesano”
Elaborado por: Luis Alberto Rosero López

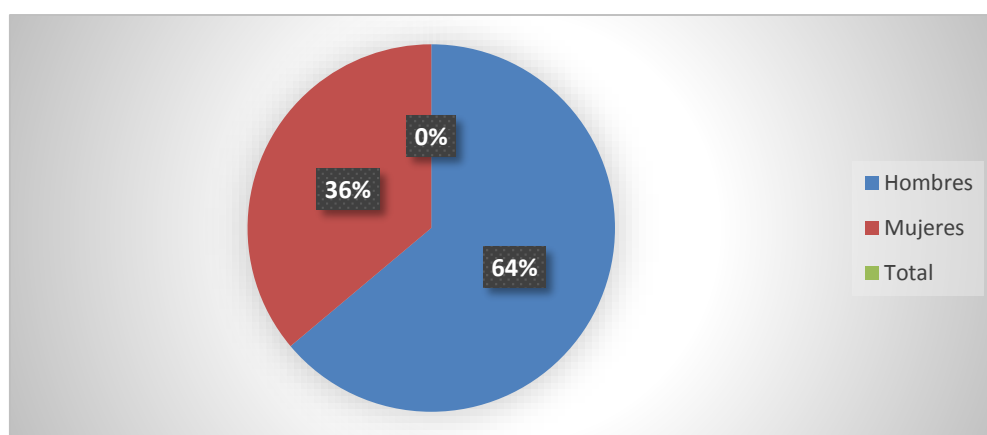
ANÁLISIS.- El grupo de estudio se compone de jóvenes que tienen una edad comprendida entre los 14 y 18 años; teniendo un porcentaje más alto el rango de 15 años.

INTERPRETACIÓN.- Nuestro grupo se ubica en el rango que Según la Organización Mundial de la Salud, señala como la edad de la juventud 10 y los 24 años; teniendo mayor presencia, quienes pertenecen a la categoría adolescencia media o tardía de 15 a 19 años.

Cuadro 4.2 División por género.

SEXO		%
MASCULINO	23	64
FEMENINO	13	36
TOTAL	36	100

Gráfico 4.2 División por género.



Fuente: Encuesta Integrantes Del Grupo “Pastoral Juvenil Diocesano”

Elaborado por: Luis Alberto Rosero López

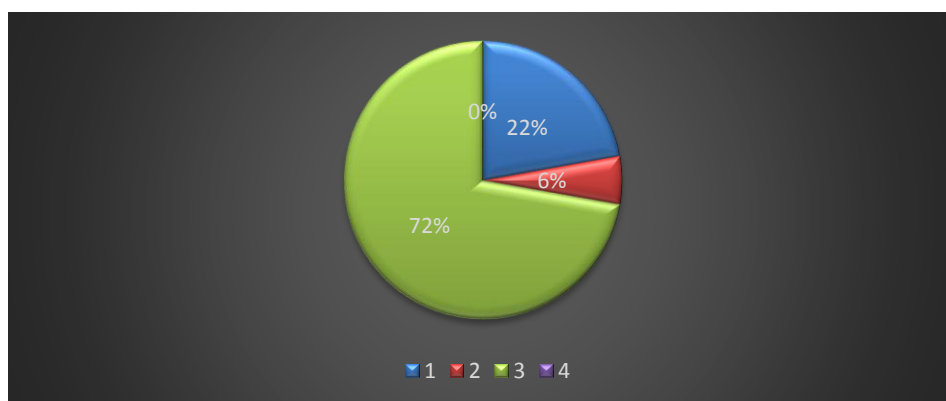
ANÁLISIS.- La muestra nos presenta presencia 64% de jóvenes hombres frente al 36% de jóvenes mujeres.

INTERPRETACIÓN.- En nuestro grupo de estudio podemos señalar que el grupo de mayor participación en el grupo de Pastoral Juvenil, de la Diócesis de Riobamba presenta un aporte de jóvenes hombres.

Cuadro 4.3.- ¿Qué es lo que usted considera es Conciencia Social?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Preocuparnos por lo que pasa en nuestra sociedad	8	22
Lo que nos enseñan nuestros padres.	2	6
Identificar lo que afecta a la sociedad y tratar de cambiarlo.	26	72
Como dicen los medios de comunicación que debemos actuar.	0	0
Total	36	100

Gráfico 4.3 ¿Qué es lo que usted considera es Conciencia Social?



Fuente: Encuesta Integrantes Del Grupo “Pastoral Juvenil Diocesano”

Elaborado por: Luis Alberto Rosero López

ANÁLISIS.- El 72% de los encuestados consideran que la Conciencia Social, es identificar lo que afecta a la sociedad y tratar de cambiarlo.

INTERPRETACIÓN.- El porcentaje más alto de nuestro grupo distingue como Conciencia Social, no únicamente identificar lo que afecta a nuestra sociedad; hay que también tratar de cambiarlo.

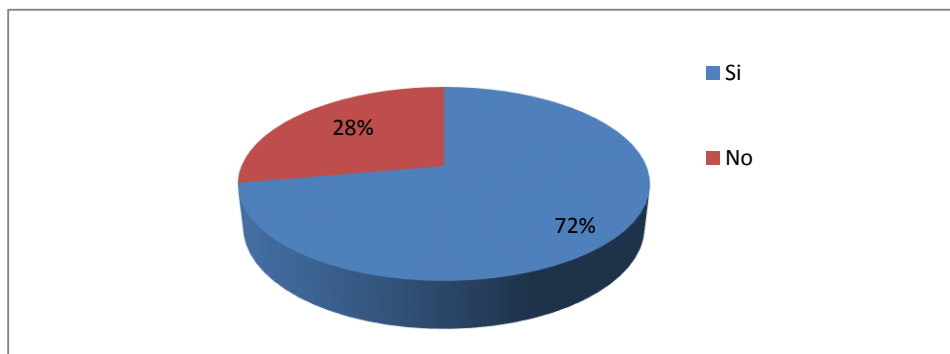
Cuadro 4.4 ¿La repetición de mensajes con temas de solidaridad, respeto mutuo, por radio; puede variar la actitud de Conciencia Social en la ciudadanía?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Si	26	72
No	10	28
Total		36
		100

Fuente: Encuesta Integrantes Del Grupo “Pastoral Juvenil Diocesano”

Elaborado por: Luis Alberto Rosero López

Gráfico 4.4 ¿La repetición de mensajes con temas de solidaridad, respeto mutuo, por radio; puede variar la actitud de Conciencia Social en la ciudadanía?



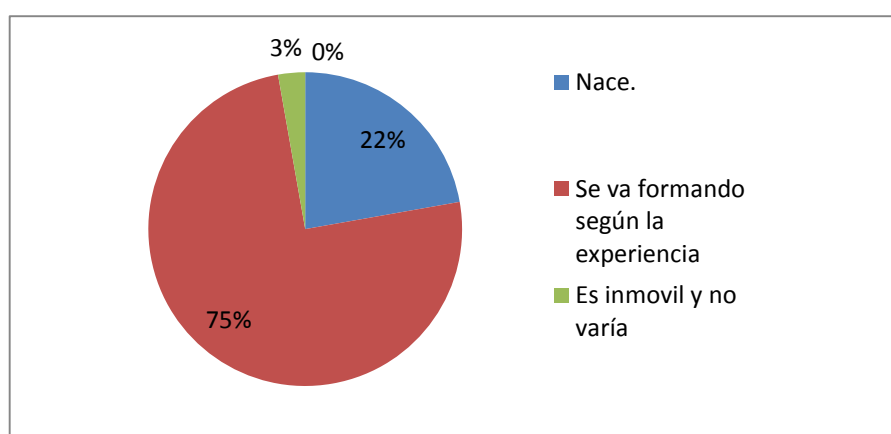
ANÁLISIS.- El 72% como respuesta mayor ha señalado que la repetición de mensajes positivos por radio, puede variar la actitud de la ciudadanía respecto a la Conciencia Social.

INTERPRETACIÓN.- La actitud respecto al comportamiento general de la sociedad, respecto a Conciencia Social, se la puede variar si se repite mensajes que tendientes a apoyar la tesis de solidaridad.

Cuadro 4.5 Considera usted, que la Conciencia Social en una persona:

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Nace	8	22
Se va formando según la experiencia	27	75
Es inmóvil	1	3
Varia por la influencia de los mensajes	0	0
TOTAL	36	100

Gráfico 4.5 Considera usted, que la Conciencia Social en una persona:



Fuente: Encuesta Integrantes Del Grupo “Pastoral Juvenil Diocesano”
Elaborado por: Luis Alberto Rosero López.

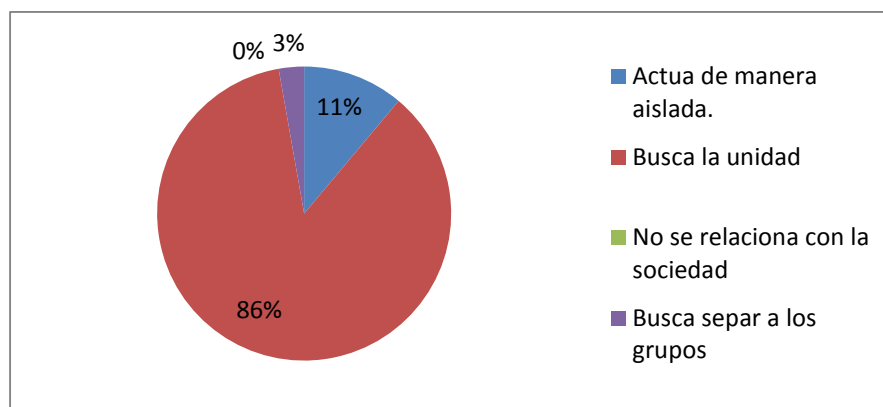
ANÁLISIS.- El 75% del grupo de estudio considera que la experiencia forma en el individuo la Conciencia Social.

INTERPRETACIÓN.- Esta respuesta permite corroborar que la influencia positiva a través de la vida del individuo puede variar su concepto de Conciencia Social; permitiendo que los mensajes positivos a través de los medios de comunicación, en nuestro caso de estudio la radio ayuden a variar en positivo el concepto de Conciencia Social.

Cuadro 4.6 Una persona que tiene Conciencia Social:

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Actúa de manera aislada	4	11
Busca la unidad	31	86
No se relaciona con la sociedad	0	0
Busca separar a los grupos	1	3
Total	36	100

Gráfico 4.6 Una persona que tiene Conciencia Social:



Fuente: Encuesta Integrantes Del Grupo “Pastoral Juvenil Diocesano”
Elaborado por: Luis Alberto Rosero López.

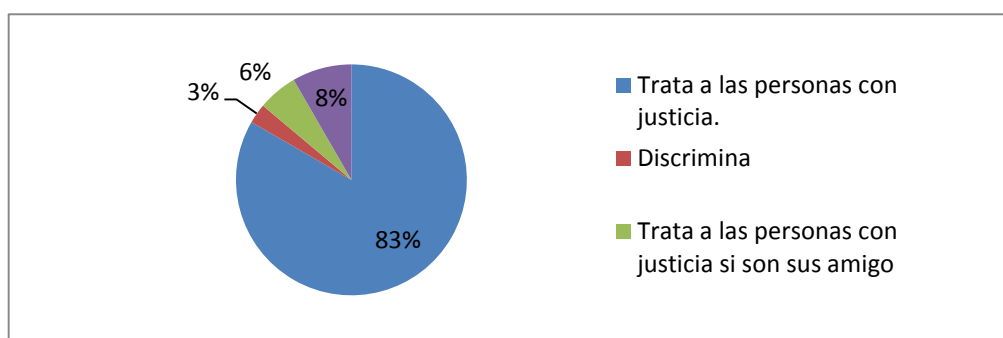
ANÁLISIS.- La respuesta casi unánime, con un 86 % de aceptación señala cual es la actitud que identifica a una persona con Conciencia Social.

INTERPRETACIÓN.- Un ser humano con Conciencia Social, siempre buscara la unidad, dejando de ser un individuo y convirtiéndose en un catalizador de unión y solidaridad en la sociedad.

Cuadro 4.7 Se reconoce a una persona que tiene Conciencia Social, ¿Por qué?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Trata a las personas con justicia	30	83
Discrimina	1	3
Trata a las personas con justicia, si son sus amigos	2	6
Actúa de manera prejuiciosa	3	8
TOTAL	36	100

Gráfico 4.7 Se reconoce a una persona que tiene Conciencia Social, ¿Por qué?



Fuente: Encuesta Integrantes Del Grupo “Pastoral Juvenil Diocesano”

Elaborado por: Luis Alberto Rosero López.

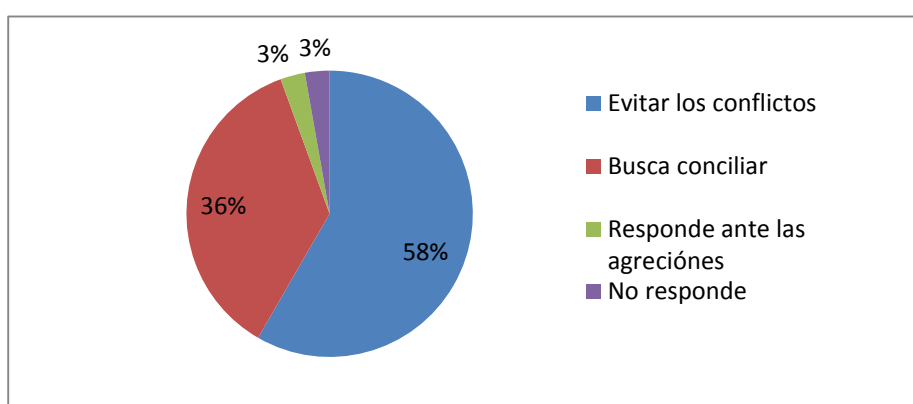
ÁLISIS.- El consenso de la mayoría de nuestros encuestados 83%, señala a la justicia como signo identificador de la Conciencia Social.

INTERPRETACIÓN.- Justicia uno de los principios morales que permite obrar y respetar dando a cada uno lo que le corresponde, es la identificación mayor de una persona con Conciencia Social, según respuesta de nuestro grupo de estudio.

Cuadro 4.8.- Actuar con Conciencia Social es:

OPCIONES		FRECUENCIA	%
Evitar conflictos		21	58
Buscar conciliar		13	36
Responde ante las agresiones		1	3
No responde		1	3
Total		36	100

Gráfico 4.8.- Actuar con Conciencia Social es:



Fuente: Encuesta Integrantes Del Grupo “Pastoral Juvenil Diocesano”

Elaborado por: Luis Alberto Rosero López.

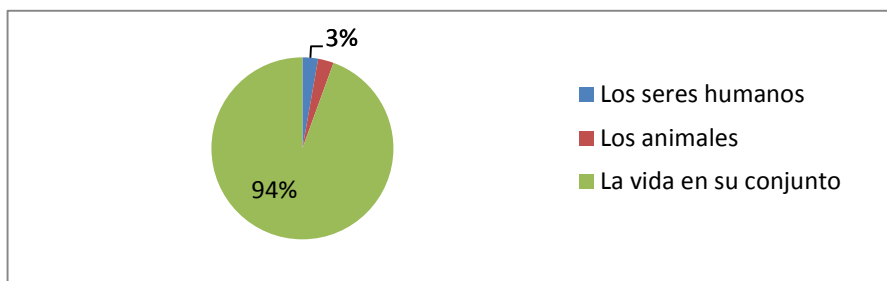
ANÁLISIS.- El evitar los conflictos con el 58% y conciliar con 36%, es una señal que la Conciencia Social, busca la armonía de la sociedad.

INTERPRETACIÓN.- El que los porcentajes más altos en esta pregunta identifique a la armonía de manera general, evitando los conflictos en mayor respuesta y una vez que el conflicto o controversia se presente buscar la conciliación es una muestra de lo que con una comunidad con Conciencia Social, debería propender.

Cuadro 4.9.- El ciudadano con Conciencia Social, identifica que son dignos de defensa:

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Los seres humanos	1	3
Los animales	1	3
La vida en su conjunto	34	94
Total	36	100

Gráfico 4.9.- El ciudadano con Conciencia Social, identifica que son dignos de defensa:



Fuente: Encuesta Integrantes Del Grupo “Pastoral Juvenil Diocesano”
Elaborado por: Luis Alberto Rosero López.

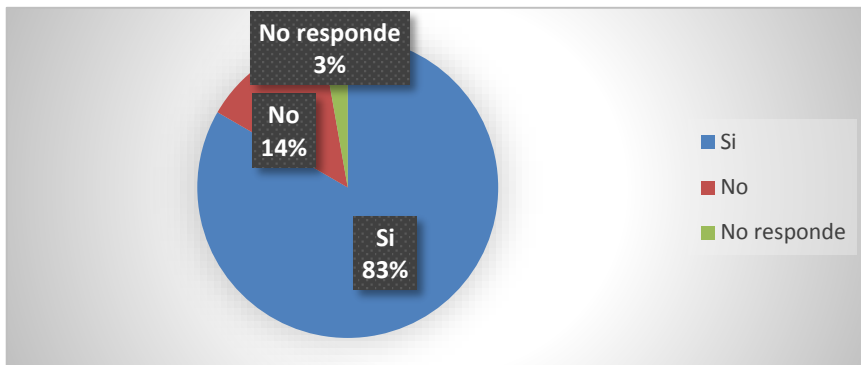
ANÁLISIS.- El respeto a la vida en su conjunto una respuesta con 94%, es lo que nuestro grupo de estudio nos arroja.

INTERPRETACIÓN.- El que los porcentajes más altos en esta pregunta identifique a la armonía de manera general, evitando los conflictos en mayor respuesta y una vez que el conflicto o controversia se presente buscar la conciliación es una muestra de lo que con una comunidad con Conciencia Social, debería propender.

Cuadro 4.10.- ¿Cree usted que a través de la repetición de mensajes positivos en la radio se puede variar la Conciencia Social?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Si	30	83
No	5	14
No responde	1	3
	Total	36
		100

Gráfico 4.10.- ¿Cree usted que a través de la repetición de mensajes positivos en la radio se puede variar la Conciencia Social?



Fuente: Encuesta Integrantes Del Grupo “Pastoral Juvenil Diocesano”
Elaborado por: Luis Alberto Rosero López.

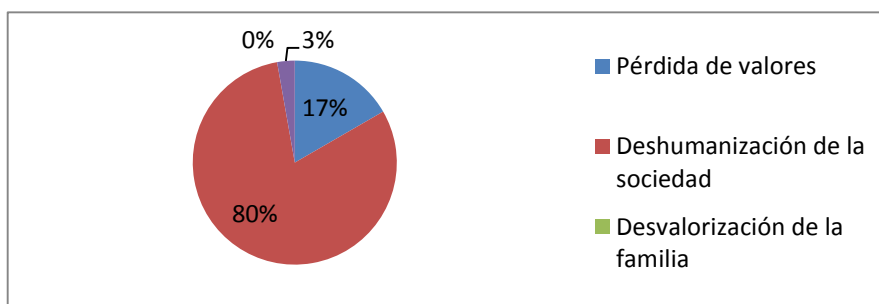
ANÁLISIS.- La respuesta del 83%, es el mayor porcentaje de respuesta en nuestro grupo de estudio.

INTERPRETACIÓN.- Pregunta de control que nos permite conocer el grado de conciencia y coincidencia respecto al cuestionario; ratificando lo que ya se pronunció en principio. La repetición de mensajes positivos en la radio permitiría variar el concepto de Conciencia Social.

Cuadro 4.11 El micro programa el Pozo de Sicar, de Monseñor Julio Parrilla Díaz, ¿sobre qué temas que influyen en la formación de Conciencia Social, reflexiona?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Pérdida de valores	6	17
Deshumanización de la sociedad	29	80
Desvalorización de la familia	0	0
No responde	1	3
	Total	36
		100

Gráfico 4.11 El micro programa el Pozo de Sicar, de Monseñor Julio Parrilla Díaz, ¿sobre qué temas que influyen en la formación de Conciencia Social, reflexiona?



Fuente: Encuesta Integrantes Del Grupo “Pastoral Juvenil Diocesano”
Elaborado por: Luis Alberto Rosero López.

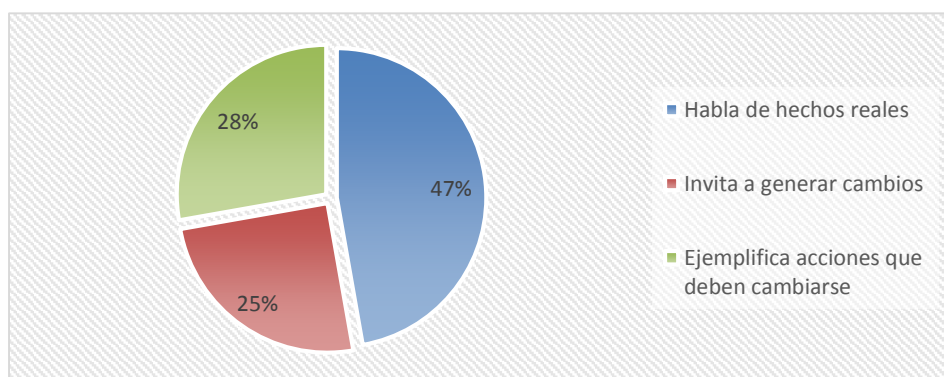
ANÁLISIS.- La respuesta mayor respecto, al microprograma el Pozo del Sicar y los temas que analiza es del 80% sobre la “Deshumanización de la sociedad.

INTERPRETACIÓN.- Deshumanización de la sociedad, es el punto que más destaca, sobre los temas que trata el Monseñor Julio Parrilla Díaz, en su microprograma El Pozo de Sicar; señalando la mayoría de nuestros encuestados es lo que de manera preferente se trata.

Cuadro 4.12.- El micro programa el Pozo de Sicar, de Monseñor Julio Parrilla Díaz, ha influido en usted en generar Conciencia Social ¿Por qué?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Habla de hechos reales	17	47
Invita a generar cambios	9	25
Ejemplifica acciones que deben cambiarse	10	28
Total	36	100

Gráfico 4.12.- El micro programa el Pozo de Sicar, de Monseñor Julio Parrilla Díaz, ha influido en usted en generar Conciencia Social ¿Por qué?



Fuente: Encuesta Integrantes Del Grupo “Pastoral Juvenil Diocesano”
Elaborado por: Luis Alberto Rosero López.

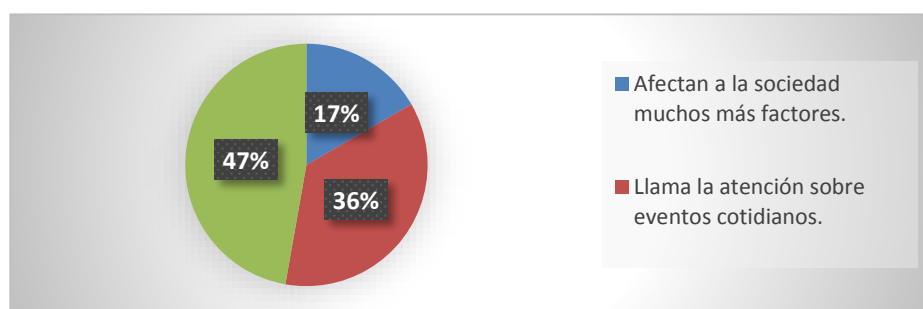
ANÁLISIS.- Nuestros encuestados se inclinan a señalar como respuesta con mayor atención a los hechos de carácter real que se tratan, con el 47%

INTERPRETACIÓN.- El escuchar en el mensaje del Pozo de Sicar, sobre hechos de carácter real que pudieron haber afectado en cualquier etapa de la vida a nuestros encuestados o a su entorno más próximo, es lo que más llama a la atención y aceptación del mensaje al punto de generar cambios respecto al pensamiento de Conciencia Social.

Cuadro 4.13.- Los temas que trata el programa “El Pozo de Sicar” de Monseñor Julio Parrilla Díaz, ¿son importantes porque?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Afectan a la sociedad muchos más factores	6	17
Llama la atención sobre eventos cotidianos	13	36
Trata sobre temas que no se tocan, en la educación o la familia	17	47
Total	36	100

Gráfico 4.13.- Los temas que trata el programa “El Pozo de Sicar” de Monseñor Julio Parrilla Díaz, ¿son importantes porque?



Fuente: Encuesta Integrantes Del Grupo “Pastoral Juvenil Diocesano”
Elaborado por: Luis Alberto Rosero López.

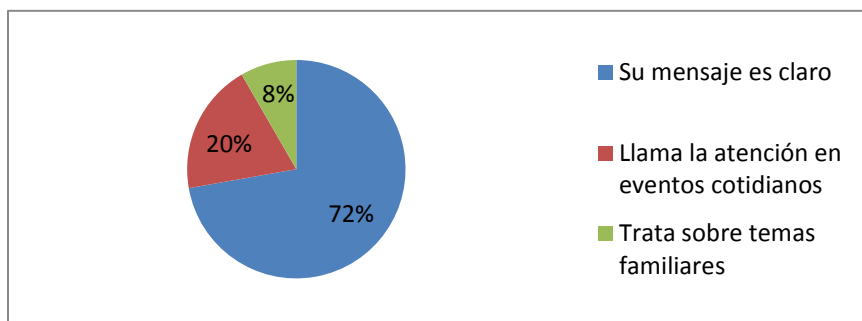
ANÁLISIS.- La respuesta con mayor aceptación con el 47% nos pone frente a la temática de los mensajes.

INTERPRETACIÓN.- Una vez más nuestro grupo de estudio se apega a las características de la temática de los mensajes del Obispo de la Diócesis de Riobamba, Monseñor Julio Parrilla Díaz. Temas que no los trata, por su naturaleza la enseñanza tradicional, y tal vez el olvido o la lejanía de la familia, respecto a propias necesidades de comunicación obtiene la mayor respuesta.

Cuadro 4.14.- El mensaje del Pozo de Sicar, usted los escucha con atención ¿por qué?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Su mensaje es claro	26	72
Llama la atención en eventos cotidianos	7	20
Trata sobre temas familiares	3	3
	Total	36
		100

Gráfico 4.14.- El mensaje del Pozo de Sicar, usted los escucha con atención ¿por qué?



Fuente: Encuesta Integrantes Del Grupo “Pastoral Juvenil Diocesano”
Elaborado por: Luis Alberto Rosero López.

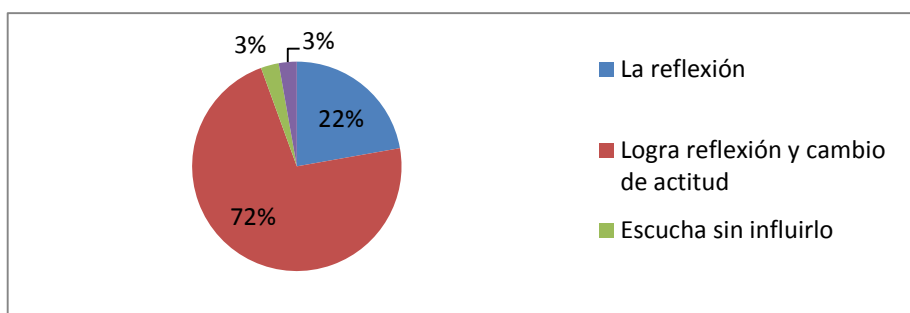
ANÁLISIS.- Con una respuesta de mayor consenso el 72% respecto a la claridad del mensaje, señalan nuestros encuestados.

INTERPRETACIÓN.- Sobre temas que son de interés y que no son tratados ni en el colegio ni en la casa, lo que se necesita es claridad, no ambages, una línea recta de hecho y mensaje; y es lo que escogen nuestros encuestados. No rodeos para hablar de temas que inclusive puedan resultar incómodos.

Cuadro 4.15.- El micro programa el Pozo de Sicar, de Monseñor Julio Parrilla Díaz, a través del mensaje logra:

OPCIONES	FRECUENCIA	%
La reflexión	8	22
Logra reflexión y cambio de actitud	26	72
Escucha sin influirlo	1	3
No responde	1	3
	Total	36
		100

Cuadro 4.15.- El micro programa el Pozo de Sicar, de Monseñor Julio Parrilla Díaz, a través del mensaje logra:



Fuente: Encuesta Integrantes Del Grupo "Pastoral Juvenil Diocesano"
Elaborado por: Luis Alberto Rosero López.

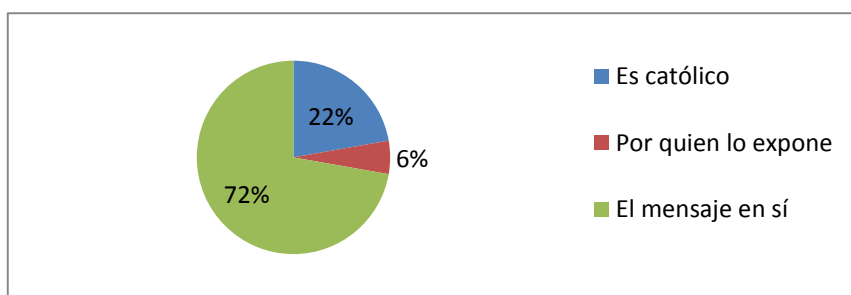
ANÁLISIS.- El cambio de actitud es la respuesta con mayor aceptación, el 72% es el porcentaje de aceptación.

INTERPRETACIÓN.- Aparte de la claridad, la temática tratada; logra una actitud de cambio respecto a la generación de Conciencia Social, en nuestro grupo de estudio. Permitiendo identificar de esta manera que el mensaje del Obispo de la Diócesis de Riobamba; monseñor Julio Parrilla Díaz, logra influir de manera positiva en la generación de Conciencia Social en nuestro grupo de estudio.

Cuadro 4.16.- El micro programa el Pozo de Sicar, lo sigue porque es usted:

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Es católico	8	22
Por quien lo expone	2	6
El mensaje en sí	26	72
Total	36	100

Gráfico 4.16.- El micro programa el Pozo de Sicar, lo sigue porque es usted:



Fuente: Encuesta Integrantes Del Grupo “Pastoral Juvenil Diocesano”
Elaborado por: Luis Alberto Rosero López.

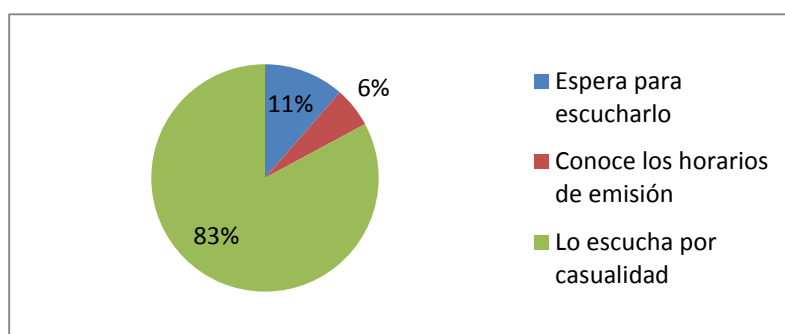
ANÁLISIS.- Se logra un 72%, respecto a que es el mensaje el que llama la atención con mayor porcentaje en nuestro grupo de estudio.

INTERPRETACIÓN.- Es importante identificar que el mensaje en sí, es el que invita a tomar una actitud diferente respecto a la generación de Conciencia Social; la claridad de cómo se tratan los temas que a la juventud le interesa, y no se los topa o analiza desde el entorno cercano de la familia o en el aprendizaje del colegio.

Cuadro 4.17.- El micro programa el Pozo de Sicar, usted:

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Espera para escucharlo	4	11
Conoce los horarios de emisión	2	6
Lo escucha por casualidad	30	83
Total	36	100

Gráfico 4.17.- El micro programa el Pozo de Sicar, usted:



Fuente: Encuesta Integrantes Del Grupo "Pastoral Juvenil Diocesano"
Elaborado por: Luis Alberto Rosero López.

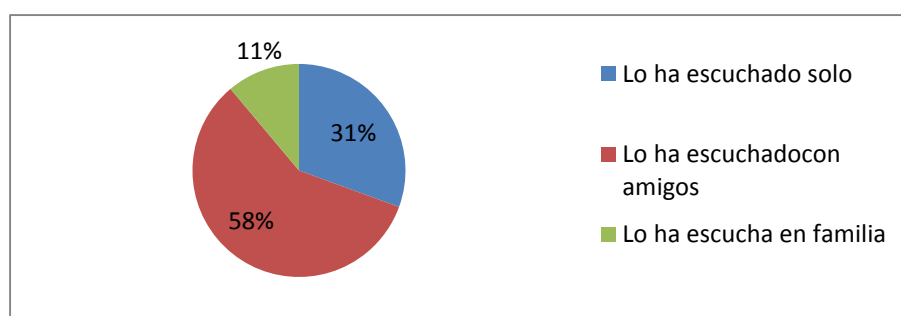
ANÁLISIS.- El 83% de los encuestados escuchan el Pozo del Sicar, de manera casual.

INTERPRETACIÓN.- Esta respuesta nos permite identificar que pese a que los encuestados están familiarizados con el mensaje que se emite por parte de Monseñor Julio Parrilla Díaz, Obispo de la Diócesis de Riobamba; en el programa el Pozo del Sicar, y al escucharlo de una manera no planificada. El mensaje en sí permite generar atención y propender a una actitud de cambio.

Cuadro 4.18.- El micro programa el Pozo de Sicar, usted lo escucha:

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Lo ha escuchado solo	10	29
Lo ha escucha con amigos	21	60
Lo ha escucha en familia	4	11
Total	36	100

Cuadro 4.18.- El micro programa el Pozo de Sicar, usted lo escucha:



Fuente: Encuesta Integrantes Del Grupo "Pastoral Juvenil Diocesano"
Elaborado por: Luis Alberto Rosero López.

ANÁLISIS.- El grado de respuesta respecto a con quien escucha el Pozo de Sicar, es del 58%.

INTERPRETACIÓN.- Esta respuesta nos permite identificar que el Pozo del Sicar, lo han escuchado en la mayoría del tiempo, cuando están realizando actividades con el grupo de estudio, o en actividades en las cuales el medio de compañía para el grupo es el medio por el cual se emite el mensaje del Obispo de Riobamba, en el micro programa EL Pozo del Sicar.

4.2 Comprobación de la hipótesis.

“El mensaje radial del Obispo de la Diócesis de Riobamba “El Pozo de Sicar”, forma la Conciencia Social, del grupo de la Pastoral Juvenil Diocesano, de junio a diciembre del 2014”.

Se acepta como válida la hipótesis, el mensaje radial del Obispo de la Diócesis de Riobamba, Monseñor Julio Parrilla Díaz, como un instrumento comunicacional; según las respuestas planteadas al grupo de estudio, llega de manera clara, directa y trata temas de interés para los encuestados.

Generando de esta manera una actitud, al llamar la atención sobre hechos de carácter cotidiano; generando un cambio de actitud respecto a estos eventos. Generando de esta manera Conciencia Social.

4.3 Conclusiones y recomendaciones.

4.3.1 Conclusiones

- Los elementos que son utilizados en el mensaje radial relacionan al escucha, mediante el empleo vocativos, modos gramaticales, como el participio y el modo imperativo, lo que permite llegar a la formación de la Conciencia Social.
- El grupo de investigación señala que a través del mensaje, se identifican los problemas de la sociedad; formando una generación con una nueva visión de la sociedad, parte del análisis de los fenómenos que afectan al entorno; formando de esta manera una visión distinta de Conciencia Social.
- El proceso de formación de Conciencia Social, que genera el mensaje del Obispo de la Diócesis de Riobamba, Monseñor Julio Parrilla Díaz, parte de la identificación de la crisis en la que se desarrolla los diversos eventos de la cotidianidad, analiza las

causas, a través de las proposiciones del mensaje, con un lenguaje claro y directo, y que invita a la reflexión que genere el cambio deseado.

4.3.2 Recomendaciones.

- Identificar los elementos que van a ser utilizados en la elaboración de un mensaje radial, procurando una correcta relacionan con el escucha, mediante el empleo vocativos, modos gramaticales, como el participio y el modo imperativo, lo permite llegar de manera efectiva con la intencionalidad del discurso.
- La identificación de los problemas sociales que se pretende su transformación, partiendo del análisis de los fenómenos que afectan al entorno; formando de esta manera una visión distinta de Conciencia Social.
- Conocer el proceso que permita el desarrollo de la construcción social como es el partir del análisis de las causas de los diversos eventos de la cotidianidad, a través de las proposiciones del mensaje, con un lenguaje claro y directo, y que invita a la reflexión que genere el cambio deseado.

ANEXO:



Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas

Carrera de Comunicación Social.

Cláusula de confidencialidad: los datos de información personal serán de uso exclusivo para esta investigación y no serán divulgados.

La siguiente encuesta se aplica para fines académicos en el tema: “El Mensaje Radial Del Obispo De La Diócesis De Riobamba “El Pozo De Sicar”, en la formación de Conciencia Social, del grupo de la Pastoral Juvenil Diocesano”.

Nombre:..... **Edad:**.....

CI:..... **Sexo:**.....

1. ¿Qué es lo que usted considera es Conciencia Social?

Preocuparnos por lo que le pasa a nuestra sociedad. Identificar lo que afecta a la sociedad y tratar de cambiarlo.

Lo que nos enseñan nuestros Padres. Como dicen los medios de comunicación que debemos actuar.

2. ¿La repetición de mensajes con temas de solidaridad, respeto mutuo, por radio; ¿puede variar la actitud de Conciencia Social en la ciudadanía?

Si: No:

3. Considera usted, que la Conciencia Social en una persona:

Nace. Se va formando según la experiencia.

Es inmovil y no varía. Varía por la influencia de mensajes.

4. Una persona que tiene Conciencia Social:

- Actua de manera aislada. No se relaciona con la sociedad.
- Busca la unidad. Busca separ a los grupos.

5. Se reconoce a una persona que tiene Conciencia Social, ¿Por qué?

- Trata a las personas con justicia. Trata a las personas con justicia si son sus amigos.
- Discrimina Actua de manera prejuiciosa.

6. Actuar con Conciencia Social es:

- Evitar los Conflictos. Responde ante las Agrecciones.
- Busca conciliar.

7. El ciudadano con Conciencia Social, identifica que son dignos de defensa:

- Los seres humanos. Los animales.
- La vida en su conjunto.

8. ¿Cree usted que a través de la repetición de mensajes positivos en la radio se puede variar la Conciencia Social?

- Si. No.

9. El micro programa el Pozo de Sicar, de Monseñor Julio Parrilla Díaz, ¿sobre qué temas que influyen en la formación de Conciencia Social, reflexiona?

- Pérdida de valores. Desvalorización de la familia.
- Deshumanización de la Sociedad.

10. El micro programa el Pozo de Sicar, de Monseñor Julio Parrilla Díaz, ha influido en usted en generar Conciencia Social ¿Por qué?

- Habla de hechos reales. Ejemplifica acciones que deben cambiarse.
- Invita a generar cambios.

11. Los temas que trata el programa “El Pozo de Sicar” de Monseñor Julio Parrilla Díaz, ¿son importantes porque?

Afectan a la sociedad muchos más factores.

Trata sobre temas que no se tocan, en la educación o la familia.

Llama la atención en eventos cotidianos .

12. El mensaje del Pozo de Sicar, usted los escucha con atención ¿por qué?

Su mensaje es claro

Trata sobre temas familiares

Llama la atención en eventos cotidianos

13. El micro programa el Pozo de Sicar, de Monseñor Julio Parrilla Díaz, a través del mensaje logra:

La reflexión.

Escucha sin influirlo.

Logra reflexión y cambio de actitud.

14. El micro programa el Pozo de Sicar, lo sigue porque es usted:

Es católico

El mensaje en sí

Por quien lo expone

15. El micro programa el Pozo de Sicar, usted:

Espera para escucharlo.

Lo escucha por casualidad.

Conoce los horarios de emisión.

16. El micro programa el Pozo de Sicar, usted lo escucha:

Lo ha escuchado solo.

Lo ha escucha en familia.

Lo ha escuchado con amigos.

BIBLIOGRAFÍA

Lozano Rendón, J C. (2007). *“Teoría e investigación de la comunicación de masas”*. México: Pearson Educación de México, S.A.

Federación Mundial de Periodismo Científico, *“Colección de difusión científica/Formación”* 1ª edición impresa 2011, Universidad de Antioquia.

Pereira, J M, López de la Roche, Pérez Rosas, Pacheco Pérez, L. Erminio, J. 2010 *“Pensar La Comunicación”* 2ª edición Colombia, Señal Ediciones.

Pérez Suárez, JM, *“Diccionario de comunicaciones”* 3ª edición, 2010 Universidad de Medellín.

Paoli J. Antonio. 2009. *“Comunicación e información – Hacia una definición del funcionalismo en comunicación”* 3ª edición. México.

López Hidalgo. 2009. *“Manual de titulación periodística”*. 1ª edición. México Alfa y Omega.

Biagi S. 2009. *“Impacto de los medios de comunicación”*. 8ª edición. México, Cengage.

Correa, Carlos Mario, Mejía, Marco Antonio. (2008). *“Las llaves del periódico”*. Colombia: Fondo Editorial Universidad EAFIT.

Niño Rojas VM. 2008. *“Competencias de la comunicación, hacia las practicas del discurso”*. 2ª edición. Colombia, Eco Ediciones.

Dobkin Bethami, y Poce Roger. 2007. *“Comunicación en un mundo cambiante”*. 2ª edición. México, MacGraw - Hill.

Dominick, J. 2006. *“La dinámica de la comunicación masiva de los medios de comunicación en la era digital”*. 1ª edición. Mexico, MacGraww – Hill.

Albornoz, MB, Benalcázar, B. Paz, O. Rodríguez, P. 2006. *“Los usos del internet en la comunicación y la sociedad”* 1ª edición. Ecuador, FLACSO.

Rivadeneira Prada, R. 2004. Periodismo *“La teoría general de los sistemas y ciencias de la comunicación”*. 5ª edición. México, Trillas.

Pilleux, Mauricio. 2001.. *“Competencia comunicativa y estrategias discursivas”* Argentina, Alpha.

Gonzalez Reina, S. 1999. *“Periodismo de opinión y discurso”*. 2ª edición. México, Trillas.

Rojo, M. y Whittaker, L y R. (1998). *“Poder decir o El poder de los discursos”*. España: Arrecife Producciones.

Roiz, M. (1996). *“Técnicas Modernas De Persuasión”*. España: Pirámide.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
DIRECCIÓN DE CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Ext. 1611

Probar, el Saber
 Quito, 03 de julio del 2017
 Oficio No. 0448 - DCCS - UNACH

Señor
 Luis Alberto Rosero López
EGRESADO DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL UFAP
 Presente.-

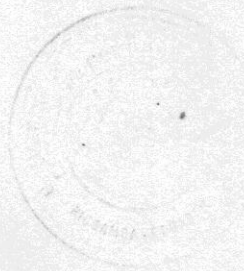
De mi consideración:

Reciban un atento y cordial saludo, en virtud de la certificación de fecha 29 de junio del 2017, entregado por el Master Marcelo Jijón, Docente Coordinador de Titulación de la carrera de Comunicación Social, en el que consta el Informe de Cumplimiento de las 400 horas del desarrollo del Proyecto de Investigación, me permito **CERTIFICAR:** Que, se encuentran aptas para licitar al señor Decano se fije fecha y hora para la defensa definitiva del proyecto de Investigación según el Art. 173 numerales 8 y 9 del R.R.A., previo a la obtención del título de Licenciadas en Ciencias de la Comunicación Social.

Articular que pongo en su conocimiento, para los fines legales pertinentes.

Atentamente,

Dra. Myriam Murillo Naranjo
DIRECTORA DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL



CC: Archivo
 Cc: Ms. Ximena Torres

VERKOWD
[Signature]

Norte "Edison Riera R."
 Avda. José de Sucre, Km. 1.5 Vía a Guano
 Teléfonos: (593-3) 37 30 880 - ext. 3000

Campus "La Dolorosa"
 Avda. Eloy Alfaro y 10 de Agosto
 Teléfonos: (593-3) 37 30 910 - ext. 3001

Campus Centro
 Duchicela 17-75 y Princesa Toa
 Teléfonos: (593-3) 37 30 880 - ext. 3500

Campus Guano
 Parroquia La Matriz, Barrio San Roque
 Vía a Asaco