



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

TEMA:

“ESTUDIO DE LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD EN GRUPOS JUVENILES EN RIESGO DE LA CASA DE LA JUVENTUD DE IBARRA. PROPUESTA ALTERNATIVA DE SENSIBILIZACIÓN”.

Trabajo de grado previo a la obtención del Título de Licenciada en la especialidad de Comunicación Social

AUTORA:

Morejón Albuja Graciela Del Carmen

DIRECTOR:

Dr. José Revelo

Ibarra, 2015

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por la egresada Graciela Del Carmen Morejón Albuja, para optar por el título de Licenciada en Comunicación Social, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD EN GRUPOS JUVENILES EN RIESGO DE LA CASA DE LA JUVENTUD DE IBARRA, PROPUESTA ALTERNATIVA DE SENSIBILIZACIÓN”**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 20 días del mes de noviembre de 2015.

Atentamente,

Dr. José Revelo

C.I. 1009272179

DEDICATORIA

A mis hijos, Valeria y Aarón, por ser los pilares más importantes y por quienes aprendí lo que significa el amor verdadero y las ganas de salir adelante, con quienes hasta estas aulas llegue con ellos en brazos, a veces llorando, a veces molestando en clase, pero firme al pie del cañón. A mi papá, quien a diario preguntaba sobre la culminación de mi carrera y quien desde el principio impulsó y motivó mi profesionalización. A mi madre y mis hermanos por su incondicional apoyo. A mis amigos y amigas, Joanna, Anita, Joys, Badí, Paúl, Iván, Robinson y Pamela, quienes han estado de cerca en este proyecto académico y de vida que hoy culmina con la presentación de este proyecto. A mis maestros y colegas de campo, Rubén, Patricio, Carla y Danilo, por quienes aprendí a enamorarme de mi profesión. A mis maestros, Oscar Castro, Jacinto Salas, José Revelo y Galo Álvarez, por sus enseñanzas durante estos cuatro años de formación.

Graciela Del Carmen Morejón Albuja

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer profundamente a DIOS por jamás haberse olvidado de mí, por protegerme y bendecirme en todo momento. A mi padre Bairon Morejón, por haberme impulsado todos los días para la culminación de mi carrera y su apoyo incondicional.

A mi madre y hermanos. Catedráticos y amigos que durante nuestra formación universitaria han aportado con su experticia y conocimiento. A los jóvenes de la Casa de la Juventud de El Priorato por abrirme las puertas de su institución. A mi familia en general que ha contribuido con su apoyo diario a mi crecimiento y formación en el ámbito profesional como intelectual. A los compañeros y compañeras, amigos y amigas que en este trayecto afianzaron sus lazos de amistad conmigo.

Y sobre todo a mis colegas de labores, con los que aprendí la razón y potencialicé mi vocación en el mundo del periodismo y reforzó mi pasión por lo que más amo en la vida, escribir.

Graciela Del Carmen Morejón Albuja

ÍNDICE GENERAL

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
ÍNDICE GENERAL.....	v
RESUMEN.....	viii
SUMARY.....	ix
INTRODUCCIÓN.....	x
CAPÍTULO I.....	1
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Antecedentes.....	1
1.2 Planteamiento del problema.....	2
1.3 Formulación del problema.....	3
1.4 Delimitación.....	3
1.5 Objetivos.....	4
1.5.1 Objetivo general.....	4
1.5.2. Objetivos específicos.....	4
1.6 Preguntas de Investigación e Interrogantes.....	5
1.7. Justificación.....	5
1.7.1 Logística:.....	7
CAPÍTULO II.....	8
2. MARCO TEÓRICO.....	8
2.1.1 Fundamentación Teórica.....	8
2.1 Comunicación en el siglo XXI.....	10
2.2 El periodismo.....	11
2.4. Los Géneros Periodísticos.....	12
2.5 La noticia.....	15
2.6 La entrevista.....	18
2.7 Entrevista noticiosa.....	20
2.8 La crónica.....	23

2.9	La crítica	24
2.10	El reportaje	26
2.11	El ensayo periodístico	30
2.12	La columna	30
2.13	El artículo.....	32
2.14	El editorial.....	33
2.14	Identidad.....	34
2.15	Cultura Organizacional	35
2.16	Comunicación Publicitaria.....	36
2.17	Ley de Comunicación	37
2.18	Comunicación y sensibilización.....	39
2.19	Glosario de términos	45
CAPÍTULO III.....		48
3.	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	48
3.1.	Tipos de investigación	48
3.2.	Métodos.....	48
3.2.1.	Método Analítico - Deductivo	49
3.2.2.	Método Sintético - Inductivo.....	49
3.3.	Técnicas e instrumentos	49
3.4	Población.....	50
CAPÍTULO IV		51
4.	ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	51
CAPÍTULO V		71
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	71
5.1.	Conclusiones	71
5.2	Recomendaciones	72
5.2	Respuesta a las preguntas de investigación	72
CAPÍTULO VI.....		74
6.1	TÍTULO DE LA PROPUESTA.....	74

6.2	INTRODUCCIÓN	74
6.3	JUSTIFICACIÓN	75
6.4	FUNDAMENTACIÓN	75
6.5	OBJETIVOS.....	76
6.6	IMPORTANCIA	77
6.7	UBICACIÓN SECTORIAL.....	77
6.8	FACTIBILIDAD.....	77
6.9	PÚBLICOS.....	77
6.10	MECANISMOS DE LA COMUNICACIÓN	78
6.11	PLAN OPERATIVO.....	78
6.12	ELABORACIÓN	82
6.13	MODELO DE CÓMO SE MANEJARÁ EL IMPRESO.....	83
	IMPACTOS.....	86
	IMPACTO EDUCATIVO.....	86
	IMPACTO SOCIAL	86
	DIFUSIÓN	86
	BIBLIOGRAFÍA.....	87
	ANEXOS	89
	ANEXOS 1 Arbol de Problemas.....	90
	ANEXOS 2 Matriz de Coherencia	91
	ANEXOS 3 Instrumentos de Recolección de datos	92
	ANEXOS 4 Material Fotográfico	96

RESUMEN

La investigación es de tipo descriptivo y documental, no cuasi experimental, presenta un corte transversal en el área comunicativa, pretendiendo ser útil en poblaciones similares. El estudio trata acerca del uso del género periodístico, la crónica, como un medio para fortalecer la identidad de los jóvenes miembros de proyecto Casa de la Juventud, que es una organización sin fines de lucro, apoyada por el Municipio de Ibarra, cuyo propósito es la formación de los jóvenes para generar actividades que los involucren y aporten a la sociedad. Se realizó un estudio diagnóstico en una población de 22 jóvenes y 4 coordinadores del centro en mención, con la finalidad de determinar la pertinencia del tipo de género periodístico, así como la realidad del problema investigado, obteniendo como resultado, que la crónica es la más adecuada, debido a su característica de mostrar la realidad y su precedente como verás y alto nivel de credibilidad, el diagnóstico se muestra concluyente en la percepción que la comunicación de las actividades, vivencias y cambio de los jóvenes del centro, incidirá positivamente sobre la formación de su identidad, por lo cual se realizó un plan de comunicación y una propuesta gráfica del suplemento en la sección de crónica del Diario El Norte, cuya apertura permitirá la factibilidad de la ejecución futura del proyecto. Todo esto se ha realizado con el objetivo de facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre la colectividad y estos grupos conformados por uno de los sectores más vulnerables de la sociedad.

Palabras clave: Sociedad, Jóvenes, identidad, comunicación, mensaje.

SUMARY

The research is descriptive and documentary, not quasi experimental, presents a cross-section in the communication area, pretending to be useful in similar populations. The study is about the use of the journalistic genre, the Chronicle, as a means to strengthen the identity of the young members of project youth, which is a non-profit organization, supported by the municipality of Ibarra, whose purpose is the training of young people to generate activities that involve them and contribute to society. A diagnostic study was conducted in a population of 22 young people and 4 the Center coordinators in mention, in order to determine the membership of the journalistic genre type, as well as the reality of the problem investigated, obtaining as a result, that the Chronicle is most suitable, due to its characteristic show reality and its precedent, as you'll see and high level of credibility diagnosis shown conclusively in the perception that the communication of the activities, experiences and exchange for young people from the Centre, will affect positively on the formation of their identity, so it was a plan of communication and a graphic proposal of supplement in the section of the Chronicle of the daily El Norte, whose opening will allow the feasibility of the further implementation of the project. All this is done in order to facilitate and expedite the flow of messages between the community and these groups comprised one of the most vulnerable sectors of society.

Key words: society, youth, identity, communication, message.

INTRODUCCIÓN

La reorganización social de los jóvenes se encuentra cambiante, muchas veces influenciada de forma negativa por los males sociales, la juventud va adquiriendo patrones de comportamiento destructivo, segmentándolos de la sociedad y separándolos a expensas de actividades como el alcoholismo, drogadicción, pandillas y otros.

Existen instituciones con apoyo gubernamental, como la casa de la juventud, cuyo propósito es guiarlos hacia la construcción de una mejor forma de vida, permitiéndoles espacios donde puedan realizar actividades provechosas y coadyuvando al bien social, con el fin de brindarles una identidad sana y adecuada.

Partiendo de la premisa que la identidad está dada en función de la valoración del ser, es decir un joven se identifica como tal por sus actitudes y si estas son positivas, conlleva a un mejoramiento de la calidad de vida y separación de los males sociales que los aquejan.

Por lo cual la investigación plantea el fomento de dicha identidad, su fortalecimiento, mediante el medio el género periodístico, comunicando, las actividades que les brindan y sustentan la identidad positiva, tales como el arte y el desarrollo cultural; la implementación de la crónica, publicada en el medio de comunicación impreso, permite transmitir, los propósitos bien enrumados de estos jóvenes, que un día fueron parte de esa sociedad destructiva que estaba ligada a los males sociales.

Por lo cual se presenta una investigación estructura en capítulos, mismos que están detallados de la siguiente manera:

El Capítulo I, se desarrolla la presentación del problema, comprendiendo el antecedente a cerca de la vida de los jóvenes que son participantes del programa “Casa de la Juventud”, mostrando las

características de esta población escasa de valores y con lindes delincuenciales; plantea el problema mostrando el contexto social que los enmarca, sus causas y consecuencias, para establecer sendos objetivos que permitan desarrollar y guiar la investigación, finalmente se describe su justificación y factibilidad

En el Capítulo II, se recoge un fundamento teórico que describe claramente la teoría del género periodista de forma ampliada, estableciendo las características de la crónica como un elemento que se adjudica como el ideal para ser usado en la investigación, por su línea noticiosa que permite recoger los hechos y contarlos de forma real.

En el Capítulo III, se expone la metodología de la investigación, describiendo la estructura del método científico, como la forma en que se desarrolló e proceso investigativo, el apoyo de los métodos y técnicas para la recolección de datos y diagnóstico de la problemática tratada.

En el Capítulo IV, se describe el análisis e interpretación de los resultados, especificando el proceso de recolección de datos, su pertinente descripción en forma cuantitativa y la interpretación que evidencia los resultados que permiten responder las interrogantes de la investigación.

En el Capítulo V, se detallan las conclusiones y recomendaciones obtenidas de la contrastación entre la realidad percibida del estudio empírico tabulado y la fundamentación científica que responde mediante otras investigaciones similares a la problemática planteada.

En el Capítulo VI, se presenta una propuesta diseñada, con el fin de aportar a la solución del problema, con la praxis periodística, utilizando a la crónica como el género adecuado para incidir sobre el fortalecimiento de la identidad de los jóvenes, comunicando sus actividades, experiencias y vivencias.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Antecedentes

La sociedad viene atravesando un cambio estructural, específicamente de los años setenta, el proceso de inserción social de la juventud se ve afectada por la crisis socioeconómica, el cambio a la vida adulta, la evolución tecnológica, la estigmatización de los patrones de conducta ideales y la precariedad de valores; condiciones dominantes que generan un contexto lleno de dificultades para la formación adecuada de la juventud.

No obstante, en el país existe una preocupación por parte del estado por los problemas que aquejan a la juventud, siendo esta uno de los pilares para la reconstrucción del recurso humano futuro, es decir el país cuenta con los jóvenes, para que estos sean quienes sustenten el progreso en los años venideros.

Uno de estos organismos es la Casa de la Juventud, que desde el año 2012, está impulsando la formación de líderes, promoviendo la generación de nuevas capacidades, participación ciudadana y capacidad crítica propositiva, a través de talleres a cerca de autoestima y motivación, sexualidad, salud reproductiva, ciudadanía política, derechos humanos y juveniles, identidad juvenil, liderazgo y estrategias de gestión parlamentario. En la actualidad, este organismo ha visto frutos, encontrando en los jóvenes afectados por los males sociales, su nicho ecléctico, donde la transformación de vidas dañadas por los vicios y

comportamientos destructivos, ha sido la muestra de la efectividad de su proyecto.

Sin embargo es poco o nada reconocido su trabajo, en especial la conversión hacia una actitud positiva que ha brindado un nivel de identidad en los jóvenes “transformados”, denominador que cualifica el cambio de vida.

Su experticia en los problemas sociales no ha sido integral en el sentido de comunicar dichas actividades, lo cual es muy importante para el fortalecimiento de la identidad en los jóvenes, no poseen un medio por el cual transmitan su mensaje. Si bien es cierto existen muchos medios para la comunicación social, que permiten la transmisión de ideas y conceptos, el género periodístico ha sido aquel que logra mediante sus características de informador social, serio, verás y con un amplio margen de credibilidad, la transmisión del mensaje de forma efectiva.

Uno de los medios de mayor difusión periodística en la ciudad de Ibarra es el diario El Norte, el cual posee a través de suplementos periódicos, una variedad de temas, y que definir de forma más real a la comunicación social. Su corte social, ha sido una de las características más destacada de este medio, siendo evidente en proyectos de gran éxito tales como, La Pandilla, Crónica, XXXXXXXX .

1.2 Planteamiento del problema

En la actualidad la Casa de la Juventud, cuyo proyecto involucra a los jóvenes de la ciudad de Ibarra, con el fin de brindar un apoyo formativo para lograr nuevas oportunidades, especialmente a los jóvenes que han sucumbido en diferentes vicios y delincuencia. Entre sus propósitos se encuentra el fomento de la identidad, el cual es uno de los ejes indispensables para lograr un cambio de actitud en los jóvenes, debido a

que esta provee de las bases, que les permitan discriminar, valorar y tomar las decisiones correctas. Sin embargo este centro de apoyo, no cuenta con las herramientas destinadas al fomento de la identidad, siendo este un elemento de tanta trascendencia, que involucra el ámbito interno del jóvenes, así como el externo de la sociedad, la falta de este proceso que lo fomente a genera debilidad en el proceso de fortalecimiento de la identidad en los jóvenes miembros.

Cada actividad que realizan los jóvenes miembros de la Casa de la Juventud se encuentra orientada hacia su beneficio y cambio de actitud, uno de los elementos que permite su afirmación en este proceso es el reconocimiento por parte de la sociedad, a cerca de dicho cambio.

Esto mediante la difusión de sus actividades, la organización no cuenta con un sistema comunicativo, generando el desconocimiento de la sociedad ibarreña a cerca de este proyecto y sus logros. Y en general los jóvenes, dispone de pocos espacios, que les permitan expresarse y manifestar sus valores y pensamientos, incidiendo sobre la generación de identidades, precarias o débiles, acercándoles a las prácticas auto-destructivas y flexibilizando el criterio positivo que valida su identidad.

1.3 Formulación del problema

¿Cómo influiría el género periodístico en el fortalecimiento de la identidad de los grupos juveniles en riesgo?

1.4 Delimitación

1.4.1 Delimitación temporal

La investigación se realizó en el periodo correspondiente a los años 2015 a 2016.

1.4.2 Delimitación espacial

La investigación determinó un área de influencia espacial, en la ciudad de Ibarra, específicamente en el sector de Priorato, donde en la actualidad se encuentra el Centro, La Casa de la Juventud y sus participantes

1.4.3 Unidades de observación:

Se ha considerado como unidades de observación a 4 coordinadores y 33 jóvenes asistentes

1.5Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Analizar los géneros periodísticos que permitan el fortalecimiento de la identidad de la Casa de la Juventud de Ibarra en el barrio de El Priorato.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar la implementación de los géneros periodísticos en temas de identidad en grupos de riesgo.
- Plantear un marco conceptual sobre los géneros periodísticos a implementarse dentro de este proyecto.
- Diseñar una campaña periodística en medios impresos que puedan promover la sensibilización de la colectividad en temas de identidad en grupos juveniles en riesgo.

- Difundir en los medios impresos y en las redes sociales la propuesta de fortalecimiento de la identidad y sensibilización de los grupos juveniles en riesgo.

1.6 Preguntas de Investigación e Interrogantes

- ¿Un diagnóstico equilibrado permitirá ubicar el problema del desconocimiento de los géneros periodísticos para el fortalecimiento de la identidad de los grupos juveniles y sensibilización de los jóvenes en riesgo?
- ¿La selección adecuada de un marco conceptual que informe cada uno de los géneros periodísticos existentes permitirá adquirir el conocimiento y elegir los más adecuados para plantear la realidad de este grupo de jóvenes?
- ¿Es posible diagnosticar la implementación de los géneros periodísticos en temas de identidad en grupos juveniles en riesgo?
- ¿Se puede diseñar una campaña periodística en medios impresos y en las redes sociales que permitan promover la sensibilización e identidad de esta organización social?

1.7. Justificación

La investigación se halla justificada en diferentes ámbitos, tales como el social, ambiental, comunicativo, cultural y educativo.

En lo social, el desarrollo de la investigación, permitirá incidir positivamente sobre la sociedad Ibarreña, generando apoyo de los diferentes sectores sociales, tales como jóvenes, étnicos, políticos,

adultos y otros; con la finalidad de lograr una actitud positiva y apertura hacia las iniciativas que la juventud reformada, o en proceso de cambio, pretende, puesto que es muy fuerte la incidencia que la sociedad crea, sobre los cambios actitudinales de la juventud.

En lo ambiental, la salud colectiva es uno de los elementos que trasciende grandemente la investigación, esto tiene que ver con la percepción psicológica de la población a cerca del nivel de violencia que se percibe en la sociedad, la cual muchas veces está relacionada con los jóvenes.

En lo comunicativo, su justificación parte de la definición de comunicar, que es transmitir un mensaje, si se contextualiza este concepto, confrontándolo con el problema investigado, el rol social que el comunicador posee, debe hacerse presente mediante este tipo de circunstancias, prestando utilidad y valiéndose del poder comunicativo para fomentar el impacto positivo en la sociedad.

En el ámbito cultural, la formación de la identidad en la juventud, es el génesis de la formación cultural, porque esta no es más que la suma de comportamientos que caracterizan a una población, si la identidad es forjada bajo principios y valores, motivando en especial aquellos jóvenes que no lograron insertarse adecuadamente, con un rol social que les dé valía, que encaje dentro de la aceptación del prójimo. Este fortalecimiento de su identidad, permitirá incidir positivamente sobre la imagen cultural que la juventud ibarreña brinda a la sociedad.

En el ámbito educativo, a investigación profundiza en uno de los elementos comunicativos que mayor disyunción crítica ha generado, entre los géneros periodísticos, en referencia a la crónica, muchas veces utilizada como una palabra que describe episodios sangrientos o malinterpretada como un mensaje amarillista, la clarificación de la verdadera conceptualización de la crónica y su relación con la realidad

social, permitirá la formación tanto de comunicadores sociales, así como de las personas que se vinculan al proyecto.

1.7.1 Factibilidad

Como primera instancia se encuentra la factibilidad temporal, el estudio se ha realizado en un periodo aceptable de investigación, que permita contribuir con una propuesta aplicable en el tiempo de culminación del mismo.

Además su factibilidad económica, debido a que la pertinencia del comunicador social, cumple con un rol sin fines de lucro, recibe el apoyo y aporte de los medios de comunicación para generar el estudio, con la finalidad de poder ser aplicado y ejecutado.

También presenta su factibilidad debido a su pertinencia oportuna, que apoye a la Casa de la Juventud, en su emprendimiento y ampliación comunicativa, fortalecimiento de la identidad, que es una incidencia directa motivando una adecuada actitud y toma de decisiones por parte de los jóvenes involucrados en el proyecto.

1.7.1 Logística:

- La investigación se trabajó en la ciudad de Ibarra.
- Se contó con el aporte y la colaboración de los miembros de la Casa de la Juventud de Ibarra del barrio El Priorato.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Fundamentación Teórica

2.1.1 La Comunicación

“El proceso que conecta al emisor y el receptor, estableciendo un canal en un momento y espacio, que permite el envío e intercambio del mensaje, generando comprensión entre ambos.” (Castells, 2014, p. 25).

La comunicación es el proceso mediante el cual el emisor y el receptor establecen una conexión en un momento y espacio determinados para transmitir, intercambiar o compartir ideas, información o significados que son comprensibles para ambos. Adicional a ello, los géneros periodísticos nos permiten analizar el camino más idóneo para el desarrollo de la misma. Para una mejor comprensión de ésta definición, desglosaremos sus elementos básicos:

2.1.2 Proceso comunicativo

Según Barbero, Jesús. (2011).

La comunicación es un proceso que incluye los siguientes pasos: Primero, un emisor desea transmitir, intercambiar o compartir un mensaje con un receptor. Segundo, el emisor codifica ese mensaje para que sea comprensible para el

receptor. Tercero, envía ese mensaje codificado mediante un canal (él mismo, un correo electrónico, un aviso en prensa escrita, un programa de televisión, etc...). Cuarto, el receptor recibe y decodifica ese mensaje. Quinto, el receptor responde a ese mensaje en función a su comprensión del mismo y da lugar a una retroalimentación. (p. 78)

En este punto, cabe señalar que durante este proceso se producen ruidos o interferencias que afectan la comunicación, y que tanto el emisor como el receptor deben tratar de superar para entablar una buena comunicación.

2.1.2 Conexión:

Castells (2014), menciona que:

“Toda comunicación conecta o une a dos o más personas en un momento dado y en un espacio (físico o virtual) determinado. Sin embargo, cabe destacar que esa conexión puede tener diversas formas, es decir, que puede ser en persona (cara a cara), a distancia (por ejemplo, mediante el envío y recepción de correos electrónicos, mensajes instantáneos, etc.) o impersonal (mediante un programa de televisión o radio en la que el presentador transmite un mensaje a una audiencia compuesta por miles de personas).” p. (78)

2.1.3 Transmitir, Intercambiar o Compartir:

Cuando se entabla una comunicación se transmite, intercambia o “comparte un mensaje, por tanto, puede ser un proceso dinámico de ida y

vuelta entre el emisor y el receptor (en el que ambos intercambian ideas, información o significados)” (Lión, 2012, p. 63), o, simplemente ser una transmisión del emisor al receptor (como sucede con los programas de televisión y radio).

2.1.4 Ideas, Información o Significados Comprensibles

Para que se pueda entablar una comunicación entre un emisor y un receptor, deben existir ideas, información o significados (el mensaje) que sean comprensibles para ambos; es decir, que el conjunto de símbolos que utilizan (verbales o no) sean entendibles para ambas partes, caso contrario, no podrían entablar una comunicación.

2.1 Comunicación en el siglo XXI

Según Barbero, Jesús. (2011).

Existe un inadecuado manejo de las herramientas de comunicación porque aún se piensa que la comunicación es periodismo. La comunicación del siglo XXI tiene desafíos y ventajas. Dentro de las ventajas están las permiten una plataforma para trazar caminos alternativos y construir el futuro a partir de las subjetividades compartidas. (p. 13)

Este planteo no se refiere a la simulación de lo cotidiano o al desarrollo de entornos digitales para entrenamiento, sino que se refiere a un espacio para la acción, para la construcción y la gestión de lo cotidiano.

La Casa de la Juventud de Ibarra busca brindar alternativas que mejoren los canales de comunicación, fundamentada en la teoría comunicacional. Mejorando de esta manera los enlaces con el público

interno y externo que la organización maneja; además de fortalecer la imagen institucional, a través de medios alternativos de uso frecuente y directo.

2.2 El periodismo

Según Barbero, Jesús. (2011).

Periodismo es la especialidad que enfoca como principal objetivo encontrar información que puedan ser sintetizadas para luego ser publicadas o difundidas, esto con el fin de que la sociedad siempre esté al tanto de lo que ocurre en su entorno. En el ejercicio del periodismo se utilizan algunas modalidades, lo que nos induce a identificar que hay diversas clases de hacer comunicación, dependiendo del tema que se vaya a tratar y de la forma en cómo se exprese a la comunidad. (p. 96)

Tres clases de periodismo se han establecido en la materia, y estas son: periodismo informativo, interpretativo o investigativo y el periodismo de opinión. La comunicación puede ser cultural, deportiva, política, social, económica y de entretenimiento, entre otros. Actualmente, se contabilizan tantas maneras de hacer periodismo como temas a tratarse en la comunidad.

Según Barbero, Jesús. (2011).

El periodismo se convierte entonces, en una especie de vidrio reflectivo, en el cual se refleja la sociedad. Es un espejo en donde se puede intentar comprender y analizar lo que le sucede a las personas en cualquier parte del planeta, convirtiéndose en una manera de saber qué ocurre

en lugares a los que ni si quiera conocemos o que simplemente hemos podido visitar, en las ciudades que ni siquiera consideramos que hubieran. Por ello, el periodismo es, finalmente, la forma más práctica de conocer el mundo entero y todo lo que sucede en él. (p. 14)

La imagen que entrega este reflejo toma distintas formas según la utilización de algunas fórmulas de redacción. Justamente, a estos tipos de redacción de la información recolectada, sobre un tema en particular, se le conoce con el nombre de géneros periodísticos.

Entonces se entiende que al igual que una esfera, pero más grande lo son los géneros literarios. En este caso los géneros periodísticos son formas de expresión escrita que difieren al margen de las necesidades de quien los utiliza.

“De esta manera, un género periodístico se interpreta en función del rol que desempeña quien realiza el escritor del mensaje en relación a la realidad observada, analizada e investigada.” (Pádula, 2013, p. 36)

Dicho de una manera más generalizada, se puede argumentar que un género periodístico se convierte en una forma literaria que se utiliza para relatar notas de temas relacionados con la actualidad a través de un medio de comunicación escrita como un periódico. Sin dejar de lado el hecho de que estas mismas formas, con varios cambios obligatorios por las características de los medios de comunicación, son igual que los que se utilizan en radio y hasta en la televisión.

2.4. Los Géneros Periodísticos

Según el nivel de objetividad que el periodista utilice en el mensaje o texto periodístico, se puede establecer a tres géneros periodísticos

puntuales o a su vez, clases de periodismo como se expresa al inicio de este trabajo de grado.

Fragmento Basado en Rivera, (2014):

A.- Género Informativo: su papel a cumplir es entregar información de actualidad y su principal función consiste en dar a conocer los hechos establecidos. Dentro de este género informativo se encuentra a la noticia y la entrevista.

B.- Género interpretativo o investigativo: se encarga de profundizar sobre la información y su objeto principal es relacionar tanto a la actualidad como a su contexto. Desarrolla la principal función de la explicación. El reportaje, la crónica, la crítica y el ensayo periodístico serían los determinados como textos interpretativos.

C.- Género de opinión: en estos textos generalmente es el periodista quien toma partido por una postura u otra partiendo de la información que posee en ese momento. El profesional intentará convencer al lector de que su posición sobre el tema es la que se debe creer. Su principal función es persuadir a quien recibe la información. El editorial, la columna o el artículo son expresiones derivadas de este género de señalado como de opinión.

Tomando en cuenta lo anterior, es de suma importancia argumentar que los géneros periodísticos no son una clasificación absoluta como se considera a la mayoría de los aspectos del mundo del periodismo.

La teoría periodística nace como una consecuencia del trabajo desarrollado diariamente por parte de los periodistas. Por ello, los textos periodísticos no se distinguirán específica y determinadamente unos de otros, si no que comparten sus características. En la prensa escrita,

fundamentalmente, se puede diferenciar los tres tipos de géneros periodísticos, aunque a veces cuesta caracterizar uno y otro.

Los diarios y las revistas incluyen entre sus contenidos páginas y segmentos reservados a cada uno de estos géneros. Si se presta un poco de atención en los textos, al leer un periódico el lector puede darse cuenta de si el periodista que redactó la nota tiene una actitud tácitamente informativa, o una de tipo explicativo, al momento en el que escribe una noticia.

También es posible percatarse de que el editorialista o columnista de opinión aboga por unos principios o planteamientos definidos según su posición política, social, económica u otra, por lo que tratará de convencernos de su forma de pensar y ver el tema que trata.

Barbero, Jesús. (2011).

Es así que la información, la interpretación y la opinión que se establece en la prensa nos da la pauta para fortalecer nuestra visión en la actualidad. Son actitudes y géneros que se complementan ya que cada uno desempeña sus propias funciones en los diferentes temas a tratar. El problema surge cuando el lector confunde una opinión personal emitida de un colaborador del medio de comunicación escrita, con un aporte informativo que se supone es portador de objetividad y veracidad en su contenido. (p. 96)

A continuación, se va a realizar un análisis minucioso de las distintas modalidades expresivas que utiliza el periodismo para poder cumplir con las metas planteadas.

Dentro de lo que compone al género informativo se desprenden tanto la noticia como la entrevista.

2.5 La noticia

Según Puerta, Andrés. (2011):

La noticia es el relato de un hecho que impacta, conmueve, a la sociedad, es un acto que se registra inmediatamente y despierta el interés del público. El periodista tiene la responsabilidad de contar dicho acontecimiento con la mayor objetividad y veracidad posible para dar a conocer a la colectividad expectante el relato de cómo se han producido esos acontecimientos o hechos lo más apegados a la realidad que se pueda.

La noticia como tal cuenta con funciones específicamente delineadas que el periodista debe tratar de cumplir con el mayor rigor profesional que posea. El lector debe recibir toda la información recolectada, sin que contenga ningún tipo de valoración personal u opinión de quien realiza la nota.

El estilo lingüístico que debe seguirse para el desarrollo de una noticia está claramente determinado por las normas especificadas a continuación: el relato debe ser claro, concreto y conciso.

Según Puerta, Andrés. (2011):

El periodista se encarga de organizar los datos en la narración de la noticia iniciando de manera decreciente a su importancia: el profesional debe partir de los apuntes más destacados hasta que pueda llegar hasta aquellos de menor relevancia, los que serán los encargados de cerrar el cuerpo de la noticia como tal. Las noticias cumplen la

figura de una estructura semejante a la de una pirámide invertida. (p. 24)

En la noticia se deben incluir los datos fundamentales para que el receptor de la nota pueda comprender el acontecimiento que se relata o proyecta. Se tiene que facilitar al lector las respuestas a las llamadas cinco preguntas básicas del periodismo en el mundo:

Quién, qué, cuándo, dónde, por qué (who, what, when, where, why), a las que se puede añadir el Cómo (How), dependiendo de lo que a bien se tenga que relatar en la noticia.

Según Puerta, Andrés. (2011):

La redacción de la noticia presenta unas pautas bastante rígidas que brindan una muy escasa posibilidad para el desarrollo de la creatividad u originalidad por parte del profesional de la información. Sin embargo, es el género que con mayor eficacia ya que este, desempeña la función que se puede considerar prioritaria para el periodista que consiste en informar. (p. 22)

Formalmente, la estructura de una noticia se compone de tres partes: el titular, el lead y el cuerpo del acontecimiento. Se conocen como focos de interés de la noticia a los siguientes:

Basado en Mnizaga, (2012):

2.5.1 Actualidad. Son los acontecimientos que están ocurriendo en un tiempo cercano. Se refiere a hechos de ayer, de hoy, lo que puede suceder mañana y se da a conocer hoy.

2.5.2 Trascendencia. Son los hechos que al parecer carecen de importancia en el momento en que se producen, pero que al cabo de unos días se siente la importancia que tuvieron.

2.5.3 Prominencia. Los hechos de prominencia, son los que ocurren a la persona, lugar, cosa o animal y situación, que son relevantes con respecto a los demás en su género.

2.5.4 Proximidad. Son aquellos acontecimientos que nos afectan porque suceden cerca de nuestro lugar de residencia, o bien por cuestiones de raza, ideología, intelectualidad; aunque estén lejos nos atañen.

2.5.5 Expectación. Son aquellos hechos que se sabe cómo se han iniciado, pero se ignora cómo va a ser el desenlace y entonces existe expectativa por conocerlo.

2.5.6 Rareza. Son aquellos hechos que suceden fortuita o inesperadamente y que causan risa o extrañeza.

2.5.6 Conflicto. Cuando se supone el enfrentamiento de dos fuerzas opuestas, pueden ser en el terreno ideológico, deportivo, de armas, etcétera.

2.5.7 Humano o Emotivo. Son aquellos acontecimientos que mueven los mejores sentimientos del ser humano hacia sus congéneres.

2.5.8 Novedad Científica. Son aquellos acontecimientos que se refieren al avance científico en beneficio del ser humano, que ayudan al progreso de la humanidad.

2.5.9 Hazaña. Son aquellos hechos únicos en su género, que se realizan por parte de una o varias personas con el objetivo de lograr un propósito preestablecido.

2.5.10 Magnitud. Son aquellos hechos que resultan ser los más grandes en su género, limitados muchas veces en cuanto al tiempo y lugar. Pueden ser realizados por la mano del hombre o por la fuerza de la naturaleza.

2.5.11 Trasgresión de la Ley. Son todos los acontecimientos que tienen como base la violación de la ley.

El profesional de la noticia, el periodista, debe saber estructurar estos focos de interés partiendo por el de mayor relevancia o importancia para los lectores, ciñéndose al esquema de pirámide invertida ya mencionado.

2.6 La entrevista

Según Puerta, Andrés. (2011):

La entrevista es una charla, sobre la base de una serie de preguntas, que sostiene un periodista con otra persona, con el propósito de obtener informaciones que el profesional desconoce pero que desea descubrir para satisfacer los intereses de sus lectores.

Permite al lector un acercamiento virtual, un conocimiento directo de aquellos personajes que le resultan interesantes, admirados, queridos. Los periodistas que realizan este tipo de entrevistas deben saber persuadir al entrevistado y crear un clima de conversación lo suficientemente agradable para que el personaje se muestre tal y como es en realidad.

Según Puerta, Andrés. (2011):

Conseguir extraer opiniones interesantes y sinceras del entrevistado depende en gran parte de la destreza y la psicología del propio periodista. La entrevista siempre debe transcurrir como una conversación grata para el entrevistado. En muchas ocasiones el entrevistado parte de una actitud desconfiada pero las preguntas y la conversación del periodista consiguen una disposición mucho más expresiva y sincera de su parte. (p. 63)

Las características de una entrevista son:

1. Lo que es general en la charla, de interés mutuo.
2. Crear un ambiente de confianza; ser agradable al entrevistado.
3. La pregunta puede ser sustituida por una continuidad de movimiento, expresión, etcétera.
4. No hay que tratar de rivalizar con el entrevistado, ya sea en conocimientos o palabras rebuscadas.
5. Romper el nerviosismo que existe en una entrevista concertada previamente. Hallar la confianza.
6. Las preguntas deberán dirigirse al meollo del problema.
7. No dejarse entrevistar por el entrevistado. No convertirse en secretario.

Corroborando lo afirmado en el sentido de que las distintas formas expresivas periodísticas fluyen con características de uno u otro género, en la práctica se ve que la entrevista puede ser:

2.7 Entrevista noticiosa

Sirve para sacar información de testigos de un hecho que no presenciemos. La fuente serían todas las personas que tuvieron cierta relación en el asunto o están relacionados con determinado trabajo. Barbero (2011).

2.7.1 Entrevista de opinión

Se pide la opinión de personas que tienen autoridad para hablar sobre algún asunto por cuestión del cargo que ocupan. Generalmente se les hace a personas que destacan en su actividad. Los artistas de arraigo popular o a personas que sean representativas de una forma de vida o que constituyan un problema social. Barbero (2011).

2.7.2 Entrevista de semblanza

Se conversa con el personaje para captar sus características personales y transcribirlas en la misma entrevista. Barbero (2011).

2.7.3 Encuesta.

La encuesta es una mezcla de noticia y entrevista. Es noticiosa y de opinión. Se hace a varias personas acerca de un mismo hecho. Barbero (2011). Se dice que todo lo que es desconocido para nosotros, es información. Y que toda noticia es información, pero no toda información es noticia.

2.7.4 Formas de realizar una entrevista:

El formato más común para realizar una entrevista es de persona a persona. También está la Conferencia de prensa, que reúne a varios periodistas delante de un entrevistado o expositor.

2.7.5 Fases para una entrevista:

A. Preparación. Puede ser información de tipo documental, remota (ficheros de personas, temas, etc.) y de tipo inmediata (llevar un buen cuestionario).

B. Realización. Se trata de señalar qué dijo el entrevistado, qué no dijo o no quiso decir; dónde y cuándo lo dijo. Para ello es preciso seleccionar bien las preguntas a formular.

C. Examen de datos.

Hay que tener un verdadero interés en la entrevista que se está realizando, ejercitar la memoria, no obstante que hay auxiliares como la grabadora en la que no se debe confiar demasiado. Siempre es necesario anotar datos, en función de conceptos y no sólo de palabras.

Algunas veces el tema es más sobresaliente que el entrevistado, a veces son ambos; en este caso hay que explicarle al lector la importancia de ambos.

E. Tipos de preguntas: Presunción, intención, disyuntiva, presunción con disyuntiva, presunción con doble intención, disyuntiva intencionada y presunción disyuntiva con intención.

F. Redacción de una entrevista: La técnica de redacción de la entrevista consiste en alternar las descripciones o consideraciones que realiza el periodista con las palabras textuales del entrevistado. Esa combinación permite que el lector pueda penetrar en la psicología del personaje. Para lograrlo, el periodista debe incluir aspectos interpretativos en su texto. Además, deben considerarse algunos aspectos como:

1. Datos de la persona, obtenidos durante la preparación y la realización de la entrevista.

2. El tema o asunto a tratar.

3. Qué dijo o qué contestó el entrevistado.

Son los datos aportados muy personalmente por parte del personaje y que puede presentarse en estilo directo; es decir, diálogos a base de pregunta-respuesta o con frases entre comillas o por separado, o bien integrados en una explicación.

También pueden ser presentados en estilo indirecto, o sea la síntesis de la contestación, presentada con las palabras del reportero.

4. Cómo lo dijo. Son las observaciones acerca de las actitudes, gestos o ademanes, o sobre la forma de vestir del entrevistado. Puede presentarse en forma objetiva o subjetiva, redactados en párrafos aparte o con frases entre guiones en una contestación.

5. Lo que no dijo o no quiso decir. Puede ser presentado en observaciones objetivas o subjetivas. Estas pueden referirse al tema o al entrevistado, en párrafos aparte o frases entre guiones.

6. Dónde lo dijo. Son las descripciones, pintorescas o topográficas del lugar donde se efectuó la entrevista, ya sea en forma objetiva o subjetiva.

Otras recomendaciones a la hora de la redacción son las siguientes:

G. Agrupación de temas. Es muy probable que durante la charla se hayan abordado desordenadamente diferentes asuntos, o bien diferentes aspectos del asunto central.

H. Un desarrollo lógico. Será la agrupación de temas donde se ordene la redacción de la entrevista en: causas, características, consecuencias, soluciones, etc. para ayudar al lector a comprender panorámicamente el tema abordado.

I. El desarrollo cronológico. Después del párrafo de enlace se redacta la entrevista en el mismo orden en que fue realizada. Este desarrollo es propio de aquellas entrevistas, generalmente breves, que se han realizado ordenadamente y no existe posibilidad de confusión para el lector. Dentro del género interpretativo o investigativo se tiene las modalidades de crónica, crítica, reportaje y ensayo periodístico.

2.8 La crónica

Según Puerta, Andrés. (2011):

La crónica es un relato cronológico de un acontecimiento presentado desde su iniciación hasta su culminación con observaciones personales de quien la escribe, sobre los puntos culminantes. (p. 36)

Existen varios tipos de crónica, según el asunto que traten. Entre las crónicas más usuales están: la deportiva, la política, la social, la artística y la cultural.

Según Puerta, Andrés. (2011):

En la crónica es indispensable que el periodista haya vivido los hechos. Aunque la crónica demanda exponer los hechos en orden cronológico, tal y como lo indica su nombre, los hechos pueden interrumpirse de vez en cuando para permitir la aparición de reflexiones sobre éstos o de información necesaria para la comprensión de lo que se acaba de relatar o está a punto de enunciarse. (p. 39)

Es decir, una crónica contiene también elementos informativos y como no es únicamente un relato profundiza en la interpretación e incluso puede devenir en la crítica.

2.9 La crítica

Según Puerta, Andrés. (2011):

Consiste en el análisis y comentario de cualquier clase de tópico, inclusive las actuaciones del gobierno; pero de ordinario sus temas favoritos son artísticos, literarios y deportivos. Es fruto de la cultura y conocimientos del periodista y responde al examen concienzudo que se haga de una obra o de un suceso. La crítica debe ser escrita con objetividad y sin apasionamiento. (p. 45)

La crítica cumple una labor de interpretación de diversos acontecimientos culturales. La crítica periodística cumple tres funciones simultáneas: informa, orienta y educa a los lectores.

Hoy en día la producción cultural y artística es altísima. Desde luego esta gran oferta cultural es enriquecedora para la sociedad pero también conlleva una serie de riesgos, probablemente el más importante sea el de la confusión. La crítica adquiere cada vez una mayor importancia, precisamente porque su principal tarea es la de orientar al público y filtrar, en cierto modo, aquellas obras que reúnen unas mínimas cualidades artísticas.

Según Palau, Dolors. (2014).

La tarea del crítico es siempre controvertida y no debes olvidar que se mueve en el territorio de la opinión personal, de la valoración subjetiva. Resulta imprescindible, para el periodista que se dedica a la crítica, una gran especialización en aquella temática que trata. El crítico es un especialista, o al menos debería serlo, en la materia que

analiza. Debe fundamentar y probar aquello que afirma, sin caer en el dogmatismo ni en la opinión totalitaria.

La crítica periodística es un género algo diferenciado del periodismo por las funciones específicas que cumple y también por una serie de características propias: debe ser breve pero no superficial, ágil y rápida pero al mismo tiempo reflexiva, profunda y argumentada. Su tono cultural es elevado pero obligatoriamente debe ser inteligible, comprensible para cualquier lector: el crítico no debe olvidar que no escribe para especialistas.

Según Palau, Dolors. (2014).

El crítico debe ser fiel a elevadas exigencias en cuanto a su ética profesional, no puede dejarse influir por sus propios intereses o debilidades personales a la hora de realizar su interpretación y juicio sobre la obra artística. Ni para elogiar gratuitamente, actuando más de propagandista que de crítico, ni atacando injustificadamente con la intención de ridiculizar y perjudicar a la obra y a su autor. . (p. 22)

Su actitud debe partir de la ecuanimidad y el respeto a aquello que juzga, aunque exprese las carencias y defectos que bajo su criterio presenta. Debe ser positivo, resaltando las cualidades de lo que juzga en primer lugar y después referirse a las carencias y las valoraciones negativas.

Existen distintos tipos de críticas en función de la temática que abordan: crítica literaria, crítica cinematográfica, crítica teatral, crítica musical, crítica de arte (pintura, escultura y arquitectura).

En último lugar se debe destacar la crítica de radio y televisión, que se encarga de valorar sus respectivos programas.

2.10 El reportaje

Según Palau, Dolors. (2014).

Aunque es un trabajo de interpretación e información que reúne en su desarrollo todas las formas periodísticas, el reportaje es la modalidad periodística interpretativa por excelencia. Es una narración objetiva y subjetiva de un hecho desde su iniciación, pasando por su estado presente, y señalando las consecuencias que puede tener, y si el hecho de que se trata constituye un problema, apunta las posibles soluciones.

Esta modalidad se estructura alrededor de un tema del que se proporcionan antecedentes, comparaciones, derivaciones y consecuencias.

Frecuentemente se acompaña al reportaje con fotografías e ilustraciones y se enriquece con noticias, opiniones y comentarios.

Según Palau, Dolors. (2014).

Se pueden distinguir dos tipos de reportajes: el reportaje objetivo y el reportaje interpretativo. Cada uno de ellos pertenece a un género periodístico. El reportaje objetivo es considerado dentro del género informativo, mientras que el reportaje interpretativo se clasifica dentro del género interpretativo.

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

El reportaje descansa en dos columnas fundamentales:

- a) La investigación exhaustiva.
- b) La explicación de lo investigado

En el reportaje no es indispensable que el reportero haya estado presente en el lugar de los hechos.

Existen tres condiciones formales para elaborar un buen reportaje:

1. Un comienzo atractivo
2. Un desarrollo interesante
3. Un final concreto

Para hacer un buen reportaje es preciso investigar bien las fuentes de información, verificar que ésta sea fidedigna; recurrir al mayor número de fuentes; contar, inquirir, investigar las causas y el motivo del reportaje; descubrir aquello que pudiera estar medio oculto. El que hace un reportaje es testigo dinámico en un momento dado, no un historiador que colecciona el pasado.

2.10.1 Desarrollo del reportaje

El desarrollo de un reportaje supone fluidez en la prosa y concatenación de las ideas. Debe prevalecer una valorización de la información que se presente en orden decreciente. Franco, et al.(2011).

Se debe procurar que la entrada o "lead" no sea un texto aparte, desconectado con el desarrollo o esencia del reportaje; que el campo de éste se construya eslabonadamente. Franco, et al.(2011).

Si se trata de un reportaje único (no seriado) debe contener el mayor número de información. Franco, et al.(2011).

En cambio, si se trata de una serie de notas, se debe planificar el número de reportajes y cuidar que cada uno de ellos tenga interés para el lector.

2.10.2 Título o encabezado

El título debe ser la sustancia del reportaje y dependerá siempre de una buena técnica de composición.

Un buen encabezado en el reportaje, asegura la atención del lector. Es una especie de señuelo o gancho que invita a leer la nota.

2.10.3 Entrada o principio

La entrada, primero(s) párrafos del reportaje deben ser un esquema de los extremos principales de aquel suceso que motivó al reportaje.

Debe redactarse preferentemente abarcando, con sencillez y claridad, lo importante de la nota.

2.10.4 ¿Para qué sirve el reportaje?

1. Puede servir para mover la voluntad de los lectores; o sea que al presentar una situación determinada con los datos que se consideran necesarios, se motiva al lector directa o indirectamente a tomar una decisión y lo mueve a realizarla en el terreno práctico. Franco, et al.(2011).
2. Puede servir para recordar. Si el reportero está plenamente convencido de lo investigado y hace bien su reportaje, podrá mover a la acción.

Puede referirse a costumbres ya desaparecidas o que se han transformado; a la evocación de ciertas situaciones que se vivían antaño en la ciudad o país donde circula la publicación. Franco, et al. (2011).

Los temas son muy variados y pueden ser dirigidos a un público que los vivió; así como para quienes no los conocían, por haber ocurrido muchos años antes. Sin embargo, la selección del tema y de los datos manifestará su intención de añoranza; en algunos casos dejando entrever lo que va de ayer a hoy, pues no se concibe un reportaje si no tiene conexión con la actualidad.

3. Puede servir también para narrar un suceso desde que se inició hasta que terminó.

4. Para instruir o divulgar un conocimiento.

5. Puede servir igualmente para divertir.

6. Se puede utilizar para demostrar una tesis.

Mediante el reportaje, el periodista descubre problemas, fundamenta principios sociales, denuncia lacras, va al fondo del asunto, no se queda en la superficie ni se entretiene en los aspectos particulares, sino que profundiza en las causas básicas con el objeto de dar un panorama lo más exacto y completo.

Generalmente, y ante el tema por abordar, el reportaje parte del establecimiento de una hipótesis que el propio periodista se formula.

La investigación, la recolección de datos, lo han de llevar a confirmar esa hipótesis o a refutarla.

2.11 El ensayo periodístico

Según Palau, Dolors. (2014).

El ensayo periodístico es un escrito donde se expone la interpretación de un tema, de un objeto, de una persona o de un hecho en el que pueden considerarse los siguientes aspectos:

1. Tratado generalmente breve donde se dan a conocer las teorías personales del autor.
2. Disertación amena más que investigación severa y rigurosa.
3. Se encuentra en la frontera de la didáctica y la poesía e incursiona hacia uno u otro campo (se dice que enseña deleitando o deleita enseñando algo).
4. Se escribe de los hechos como el autor los ve, los razona y los siente.
5. No profundiza en un tema formalmente, suele tocar todos los que el autor considere necesarios para la exposición de sus ideas.

El ensayo periodístico es un escrito inacabado en cuanto no agota las posibilidades del tema, ni las posibilidades ideológicas del autor. En los medios de comunicación los periodistas se especializan en alguna de estas modalidades dentro de los diversos géneros, y así se tiene periodistas llamados reporteros, entrevistadores, cronistas, columnistas, editorialistas, ensayistas, científicos, redactores, etc. Dentro del género periodístico de opinión se tiene la columna, el artículo y el editorial.

2.12 La columna

Según Palau, Dolors. (2014)

La columna es un escrito periodístico que bajo un mismo título, firmado siempre por el mismo autor, presentado en igual forma y generalmente en un mismo lugar de la

publicación, tiene por objeto entregar informaciones varias redactadas brevemente, comentarios breves o informaciones sin comentarios. La columna aparece periódicamente en la publicación. (p. 36)

La utilización de seudónimos no libra de cargos en que incurra el autor de la columna.

A. La columna puede ser de juicio o crítica o especializada.

B. La columna es un género más liberal, no en su esencia sino en su estructura, por lo que demandará en principio inventiva y creatividad.

Su extensión está sujeta al interés de la misma y permite toda serie de variaciones que no están sancionadas por la escolástica periodística.

Sin embargo, siempre hay que evitar el vulgarismo y los adjetivos de mal gusto.

C. La columna requiere el manejo de los adjetivos que se consideran como neologismos o adjetivos de moda, para propiciar una más sencilla o modesta comunicación con los lectores.

D. La integración de la columna debe ser vertebrada, debe guardar una concatenación o ilación, no importa la extensión que tenga, pues debe garantizar un procedimiento de atracción permanente.

En todo momento se deben evitar los adjetivos redundantes e innecesarios.

E. La columna se mueve entre dos peligros: represión y manipulación, que pueden afectar a terceros.

2.13 El artículo

El artículo es el juicio presentado por una persona identificada, acerca de un hecho que puede ser de actualidad o no.

Se trata, por lo general, de un artículo de fondo, no necesariamente de actualidad. Algunas otras definiciones técnico-académicas, conforme a las ciencias de la comunicación nos dicen lo siguiente:

Basado e Salaverría, (2010).

a) Artículo es la corrección de formas y expedición de ideas para despertar la atención de los lectores (Martín Alonso).

b) Artículo es un trabajo breve y fugaz que llena una o dos columnas del diario; emociona, hace pensar al momento del desayuno, pero a la tarde se ha desvanecido como el humo de un cigarrillo (Manuel Becerra Acosta).

c) Por su parte, la Sociedad Interamericana de Prensa, nos marca como condiciones de un buen artículo: que despierte el interés desde la primera palabra, ya que la vida moderna nos obliga a ahorrar nuestra atención. No existe motivo justificado para redactar un artículo de lo que todo el mundo conoce, por lo que el lector lo espera ligero y dotado de algunos asuntos en cierta forma nuevos, pues lo pasado interesa en función de lo actual.

d) En su modernidad, el artículo ha de ser ágil e impresionable. No faltan escritores que lo prefieran aparentemente arbitrario y un poco desconcertante (anónimo).

e) Artículo es lo que está fuera de lo usual, lo que supone contraste de fuerzas y pasiones o incertidumbre y misterio en el desenlace; lo patético,

sin extremos de cursilería, aquello que nos toca más de cerca por nacionalidad o reciprocidad de sentimientos (Academia de la Lengua).

El artículo debe ser refinado, sin llegar a ser rebuscado. Su desarrollo debe contener información abundante con relación al tema que se va a abordar. Sin embargo, no requiere, en forma rígida, los elementos de la noticia.

Hay libertad en la entrada, con tendencia literaria, pero se debe buscar que tenga el máximo de interés y concentración.

Para esto se debe hacer un balance y análisis de los elementos informativos que se van a manejar, en función de los lectores.

El aspecto conceptual es muy importante en el artículo; el articulista no debe caer en una excesiva pedantería, porque se corre el riesgo de romper con la comunicación.

El artículo puede considerarse como un mensaje informativo, conceptual y analítico con figuras literarias, ya que tiene la pretensión de detectar los elementos de divulgación de cierta calidad. Para la construcción del artículo se recomienda un principio de método, mismo que no será rígido sino flexible, pero será un auxiliar para un trabajo profesional. La temática es de amplitud sin límite, pero en tanto no se haya proyectado un tema no se puede pensar en la estructura. Las características del artículo se pueden resumir en: brevedad, claridad, honestidad, convicción e interés de servir.

2.14 El editorial

El editorial aborda hechos de actualidad. Es un juicio acerca de un hecho de actualidad donde se presenta el pensamiento del periódico, que

generalmente se relaciona con la nota principal del periódico o publicación.

Según Palau, Dolors. (2014).

Para calibrar la importancia del editorial, se ha insistido en que el periodista ayuda a los lectores a saber, mientras que el editorialista los ayuda a entender. El editorial posee tantos vestuarios como rangos de noticia existen en la práctica del periodismo. Así, el editorialista asumirá un tono aleccionador, contextualizador, reflexivo o de denuncia, según lo dicta el carácter de la noticia. (p. 56)

2.14 Identidad

La identidad en sí conforma un conjunto de formas de expresión que tiene la el grupo. Toda organización posee una identidad que la caracteriza, que la define como grupo, por lo tanto, para definir a la misma se debe tener en cuenta los diferentes componentes que esta posee. (Dr. Gilberto Giménez, 2009)

2.14.1 Identidad Cultural

Define la conducta del grupo a través del tiempo ante los ojos de los stakeholders y de la comunidad.

Identidad Verbal

A partir de la cultura dentinaria y pensado como semiótico, se dice que la identidad grupal en su conjunto, es un sistema de signos.

La identidad verbal es la conexión de los jóvenes con su entorno y la sociedad.

2.14.2 Identidad Visual

Son los signos que permiten identificar al grupo, el cual se ve asociado con la imagen a través de símbolos, su objetivo primordial es el relacionar los mismos para que sean recordados por la comunidad, es un instrumento que engloba a la comunicación que el grupo desea enviar, por medio de los mensajes visuales.

2.14.3 Identidad Comunicacional

Puerta, Andrés. (2011).

Conecta lo que el grupo es y lo que desea emitir su identidad cultural y esencia hacia la comunidad. La comunicación que se maneja dentro del grupo juvenil, también genera una imagen en el público, ya que los colaboradores son los que exteriorizan las estrategias y objetivos que la esta organización social tiene como tal. (p. 78)

2.14.4 Atributos de la identidad

Para el autor Justo Villafañe, se deben tomar en cuenta los atributos que describen a la identidad.

2.15 Cultura Organizacional

Como parte de la identidad se necesita contextualizar a la cultura, al decir que: Es la construcción social de la identidad de la organización social, la cual se expresa a través de los significados que sus miembros dan a los hechos que definen esa identidad: los atributos de identidad

permanentes (el somos), el sistema de valores del grupo juvenil (el pensamos) y la unidad estratégica de la organización social (el hacemos).

2.15.1 Funciones y Orientaciones de la Cultura

Padula Perkins (2013), resume a las funciones y orientaciones de la cultura organizacional de la siguiente manera:

A. Construye la identidad grupal, diferenciándola de las otras organizaciones sociales para favorecer el consenso sobre la misión.

B. Relaciona internamente a la organización al identificar a todas y cada una de las personas que la componen, crean sentido de pertenencia además de orgullo grupal.

C. Permite la participación de los miembros de la organización social, para orientar los intereses individuales y grupales, promoviendo la conjunción de los valores personales con los de la organización social.

D. Determina al clima interno, mejora las condiciones para el desempeño del grupo, convirtiéndose en un mecanismo de autorregulación que contribuye a resolución de problemas internos. Los alcances de la cultura sobre las personas y sobre el propio funcionamiento de la organización social son amplias y determinantes. En especial desde un punto de vista emocional, establece con fuerza la percepción generalizada de los miembros del grupo, sus sensaciones y sus motivaciones, todo lo cual tendrá consecuencias lógicas sobre su propio desempeño.

2.16 Comunicación Publicitaria

Prerea, et al (2011), menciona que:

Es una información persuasiva que se debe basar en las motivaciones del destinatario de la misma. Es también solo

un tipo particular de comunicación, una de las formas que ésta adopta al convertirse en una especialidad. La comunicación publicitaria es un caso particular de la comunicación masiva, que constituye uno de los fenómenos más importantes de la sociedad actual, en la que los intercambios de información son cada vez más complejos e intensos, debido a la rápida evolución de la tecnología. (p. 69)

Informar es transmitir un conocimiento, lo que no se puede deslindar de la forma de comunicarlo. Por tanto, en contra de los que algunos pretenden, el acto de informar no es neutro, ya que puede ser fluido a través de la forma de comunicar el conocimiento, dato, etc.

Transmitido así, la mera descripción de las características y del uso de un producto o servicio es una información, pero adquiere personalidad propia con la forma de comunicarla.

En este sentido, la información que transmite la publicidad no es neutra ni puramente descriptiva, porque está orientada a producir un determinado efecto. La comunicación publicitaria tiene como objetivo influir en el comportamiento económico del público-objetivo a través de los mensajes que emite la empresa anunciante en los medios de comunicación de masas.

2.17 Comunicación social media

Puerta, Andrés. (2011).

La característica novedosa de la comunicación en Social Media es, una vez más, que generaliza esta posibilidad de expresar la identidad a través de producciones culturales.

Todos los mensajes, desde los artículos en blogs hasta los comentarios y las actualizaciones de estado son ‘producciones culturales’ ya que están recogidos en una plataforma pública o semi-pública en la que el emisor expresa (su) una identidad en modo abierto. (p. 69)

Uso de redes sociales por los medios de comunicación

La gran mayoría de los medios tradicionales presentes en Internet, y los propios medios creados en la red, han respondido a las demandas de las redes sociales. Esta participación se canaliza por dos vías.

La primera, cuando los medios deciden crear una página en una red social a la que se agreguen usuarios. El fin es el de promocionar y fidelizar a sus lectores, oyentes o a su audiencia (Puerta, 2011). De esta forma, los medios aprovechan la oportunidad de distribuir sus contenidos entre una comunidad determinada, donde se forman grupos unidos por su interés particular en el medio.

Para Palau (2014), ahora los medios de comunicación consiguen tras beneficios con las redes sociales: mejorar su identidad de marca, fidelización e interactividad. Estos espacios generan una nueva necesidad en relación al mercado laboral de los periodistas. Ahora las redacciones multimedia no sólo deben completar con contenidos sus propias páginas web, sino también las redes sociales a las que se han agregado. Dentro de esta opción hay que citar la iniciativa de Soitu, que ha creado su propia red social con un fin más periodístico, llamado Utoi.

El segundo, aún más en aquellos medios que no han decidido crear su perfil específico, radica en potenciar la red como plataforma de lanzamiento o distribución de sus contenidos. En este caso, la mayoría de los medios han añadido entre los servicios que se oferta a sus lectores

la oportunidad de publicar o compartir directamente esos contenidos desde el propio medio.

Puerta, Andrés. (2011).

Para analizar el uso de las redes sociales por los medios de comunicación se ha realizado un análisis exploratorio de esta opción en las publicaciones más visitadas en Internet según los registros de OJD. Sin embargo, como en OJD no están incluidos los medios de Prisa, se decidió consultar qué medios de este grupo eran más consumidos según el registro de EGM Internet. (p. 47)

Se visitaron las opciones de compartir la información de cada uno de estos medios y se contabilizaron las redes sociales con las que permitían difundir su información, en la medida en que la consideraban como una plataforma adecuada.

2.18 Ley de Comunicación

Fragmento tomado de la Ley Orgánica de Comunicación. Registro Oficial No. 633. Principio de interés superior de niñas, niños y adolescentes. En el artículo 15 de la Ley Orgánica de Comunicación vigente se garantiza que: Los medios de comunicación promoverán de forma prioritaria el ejercicio de los derechos a la comunicación de las niñas, niños y adolescentes, atendiendo el principio de interés superior establecido en la Constitución y el Código de la Niñez y la Adolescencia.

a) Libertad de expresión

En el artículo 17 de la Ley Orgánica de Comunicación se establece claramente la libertad de expresión, la misma que en su extracto reza: Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de

cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley.

b) Protección integral de las niñas, niños y adolescentes.

Según la normativa vigente que se determina en el artículo 32 dice que: Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a la expresión de sus ideas, pensamientos, sentimientos y acciones desde sus propias formas y espacios en su lengua natal, sin discriminación ni estigmatización alguna.

Los mensajes que difundan los medios de comunicación social y las demás entidades públicas y privadas, privilegiarán la protección integral de las niñas, niños y adolescentes, especialmente contra la revictimización en casos de violencia sexual, física, psicológica, intrafamiliar, accidentes y otros. La revictimización así como la difusión de contenidos que vulneren los derechos de los niños, niñas y adolescentes, de acuerdo a lo establecido en el Código de la Niñez y Adolescencia, será sancionada administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 5 a 10 remuneraciones básicas mínimas unificadas, sin perjuicio de que el autor de estas conductas responda judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral.

c) Jóvenes e Identidad.

Para el escritor colombiano Jesús Martín Barbero, este concepto de juventud e identidad se define en:

1. Transformaciones de la sensibilidad y des-ordenamiento cultural

¿Hay algo realmente nuevo en la juventud actual?. Y si lo hay, ¿cómo pensarlo sin mixtificar tramposamente la diversidad social de la juventud en clases, razas, etnias, regiones?. La respuesta a esas preguntas pasa

por aceptar la posibilidad de fenómenos trans-clasistas y trans-nacionales, que a su vez son experimentados siempre en las modalidades y modulaciones que introduce la división social y la diferencia cultural. Lo que exige un trabajo de localización de la investigación, que no es el propósito de este texto ya que lo que se propone es algo mucho más limitado: introducir algunas cuestiones cuya ausencia han estado lastrando seriamente la investigación, el debate y las políticas que conciernen a los jóvenes.

Puerta, Andrés. (2011).

Para dibujar un primer campo de procesos en que se insertan los cambios que experimentan los adolescentes y los jóvenes hoy voy a servirme de dos reflexiones especialmente orientadoras. La primera es un libro de Margaret Mead, la antropóloga quizá más influyente que han tenido los Estados Unidos, publicado en inglés el año 70. La segundo corresponde a los provocadores trabajos de Joshua Meyrowitz en los que estudia los cambios que atraviesan las relaciones entre las formas humanas de comunicar y los modos de ejercer la autoridad. (p. 36)

En su libro, Margaret Mead escribe: “nuestro pensamiento nos ata todavía al pasado, al mundo tal como existía en la época de nuestra infancia y juventud, nacidos y criados antes de la revolución electrónica, la mayoría de nosotros no entiende lo que ésta significa. Los jóvenes de la nueva generación, en cambio, se asemejan a los miembros de la primera generación nacida en un país nuevo.

Se debe aprender junto con los jóvenes la forma de dar los próximos pasos; Pero para proceder así, se debe reubicar el futuro. A juicio de los occidentales, el futuro está delante de nosotros. A juicio de muchos pueblos de Oceanía, el futuro reside atrás, no adelante. Para construir

una cultura en la que el pasado sea útil y no coactivo, se debe ubicar el futuro entre nosotros, como algo que está aquí listo para que lo ayude y proteja antes de que nazca, porque de lo contrario, será demasiado tarde”.

Lo que ahí se nos plantea es la envergadura antropológica de los cambios que atraviesa y las posibilidades de inaugurar escenarios y dispositivos de diálogo entre generaciones y pueblos. Para ello la autora traza un mapa de los tres tipos de cultura que conviven en nuestra sociedad.

Se llama pos figurativa a la cultura que ella investigó como antropóloga, y que es aquella en la que el futuro de los niños está por entero plasmado en el pasado de los abuelos, pues la matriz de esa cultura se halla en el convencimiento de que la forma de vivir y saber de los ancianos es inmutable e imperecedera.

Llama configurativa a la que ella ha vivido como ciudadana norteamericana, una cultura en la que el modelo de los comportamientos lo constituye la conducta de los contemporáneos, lo que le permite a los jóvenes, con la complicidad de su padres, introducir algunos cambios por relación al comportamiento de los abuelos.

Finalmente llama prefigurativa a una nueva cultura que ella ve emerger a fines de los años 60 y que caracteriza como aquella en la que los pares reemplazan a los padres, instaurando una ruptura generacional sin parangón en la historia, pues señala no un cambio de viejos contenidos en nuevas formas, o viceversa, sino un cambio en lo que denomina la naturaleza del proceso: la aparición de una “comunidad mundial” en la que hombres de tradiciones culturales muy diversas emigran en el tiempo, inmigrantes que llegan a una nueva era desde temporalidades muy diversas, pero todos compartiendo las mismas leyendas y sin modelos para el futuro.

Un futuro que sólo balbucean los relatos de ciencia-ficción en los que los jóvenes encuentran narrada su experiencia de habitantes de un mundo cuya compleja heterogeneidad no se deja decir en las secuencias lineales que dictaba la palabra impresa, y que remite entonces a un aprendizaje fundado menos en la dependencia de los adultos que en la propia exploración que los habitantes del nuevo mundo tecno-cultural hacen de la imagen y la sonoridad, del tacto y la velocidad.

d) Medios Alternativos

En el blog “Miarroba”, se denomina medio alternativo de información, medio de comunicación alternativo, medio alternativo es una fuente de información independiente pero que no constituye una agencia de información ni de los medios masivos de comunicación organizados como empresas.

Está compuesto por periodistas que trabajan independientemente, por comunicadores individuales o de organizaciones sociales, ecologistas, culturales y políticas.

Puede (en ocasiones) contener información anónima o no verificable, ni legalmente autorizada o responsable, lo cual es anotado como una posible debilidad en su credibilidad.

A. Origen

La denominación de medio alternativo de información empezó a usarse a finales del siglo XX y principios del siglo XXI, para referirse a las webs informativas de periodistas independientes que comunicaban de una forma distinta las noticias que se publicaban en los grandes medios masivos de información.

El origen de los medios alternativos está íntimamente vinculado con el desarrollo de la Internet. La red informativa Indymedia es el paradigma de un medio alternativo.

B. Masificación

Puerta, Andrés. (2011)

En principio los medios alternativos no eran accesibles a la mayoría del público, pero a medida que se van desarrollando las tecnologías electrónicas de captación, almacenaje y transmisión de datos y su masificación, los medios alternativos empezaron a contar con un creciente número de espectadores. Lo que ha hecho que estos medios de comunicación puedan darles la oportunidad a las comunidades de resolver sus problemas y hacerse conocer más al resto de las personas. (p. 39)

2.18 Comunicación y sensibilización.

Con el fin de hacer partícipe a la sociedad en su conjunto de las actividades realizadas y posibilitar el desarrollo de un marco informativo de reflexión y sensibilización sobre la realidad social de los distintos colectivos a los que se atiende, para la Fundación Diagrama se realizan numerosas actividades de comunicación, difusión y sensibilización social.

Además de los propios proyectos de sensibilización que se realizan desde las áreas de intervención, a través del área de comunicación de la Fundación se trabaja de forma expresa en la elaboración de contenidos informativos, así como en el desarrollo de un sistema de dialogo abierto y participativo con cada uno de sus públicos de interés.

En la actualidad, estas tareas informativas se realizan fundamentalmente a través de la página web de la Fundación, pero también mediante la colaboración en jornadas de puertas abiertas,

jornadas formativas, congresos y apariciones en diferentes medios de comunicación.

En esta sección están disponibles todas las noticias que se publican en nuestra página web, algunos videos, reportajes y galerías fotográficas, y un correo electrónico a través del que contactar directamente con el área de comunicación.

2.19 Glosario de términos

- **Comunicación:** Es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes.
- **Comunicación organizacional:** Consiste el proceso de emisión y recepción de mensajes dentro de una compleja organización. Dicho proceso puede ser interno, es decir, basado en relaciones dentro de la organización, o externo (por ejemplo, entre organizaciones).
- **Comunicación institucional:** Es aquella que se realiza de modo organizado por una institución y dirigida a las personas y grupos del entorno social donde realiza su actividad. Su objetivo es establecer relaciones de calidad entre la institución y los públicos a los que se dirige, dándose a conocer socialmente y proyectando una imagen pública adecuada a sus fines y actividades.
- **Cultura organizacional:** Se entiende como el conjunto de experiencias, hábitos, costumbres, creencias, y valores, que caracteriza a un grupo humano aplicado al ámbito restringido de una

organización, institución, administración, corporación, empresa, o negocio

- **Comunicación interna:** Es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido.
- **Comunicación externa:** Es el conjunto de actividades generadoras de mensajes dirigidos a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos objetivo del negocio, así como a proyectar una imagen favorable de la compañía o promover actividades, productos y servicios.
- **Información:** En sentido general, la información es un conjunto organizado de datos procesados, que constituyen un mensaje que cambia el estado de conocimiento del sujeto o sistema que recibe dicho mensaje.
- **Mensaje:** En el sentido más general, es el objeto de la comunicación. Está definido como la información que el emisor envía al receptor a través de un canal determinado o medio de comunicación (como el habla, la escritura, etc.)
- **Canal:** Es el medio de transmisión por el que viajan las señales portadoras de la información;
- **On-Line:** La comunicación online es un método moderno de comunicarse a través de dos o más PC's, no importando cual sea la distancia en la que se encuentren, media vez se tenga una conexión a internet.
- **Comunicación asincrónica:** La comunicación asincrónica es aquella comunicación que se establece entre dos o más personas de manera

diferida en el tiempo, es decir, cuando no existe coincidencia temporal. Un ejemplo antiquísimo de comunicación asincrónica es la carta de papel; actualmente es un tipo de la comunicación desarrollada mediante ordenadores o computadores. Ejemplos actuales de la comunicación asincrónica son el mail o correo electrónico y foros.)

- **Imbricación:** Disposición de los elementos de una cosa de modo que unos se superponen parcialmente sobre otros.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipos de investigación

Es una investigación descriptiva porque pretende conocer las consecuencias a las cuales se llega luego de investigar sobre el manejo inadecuado de la información y la comunicación en la Casa de la Juventud de Ibarra.

Propositiva por que presenta una propuesta de solución al problema planteado desde el ámbito comunicacional.

Es investigación de campo por cuanto la información que se recopiló se obtuvo en la casa de la Juventud de Ibarra, a través de cuestionarios utilizando la técnica de la encuesta a colaboradores y participantes, para de esta manera lograr acercarnos a la realidad del problema de la investigación. Es de tipo documental ya que se buscó la información en documentos, fuentes bibliográficas, internet, folletos memoria y otros para la elaboración y estructura del marco teórico.

3.2. Métodos

Tomando en cuenta que los métodos son el camino que se sigue para llegar al conocimiento de la verdad, se aplicó los más acordes con el tema tratado reconociendo antes que estos debieron tener un fundamento científico, aplicable y práctico, descubridor de nuevas leyes y creador de nuevos métodos todo ello para fomentar la creatividad en la redacción de

los escritos, además están acompañados de estrategias sistemáticas que permitan verificar los logros alcanzados.

3.2.1. Método Analítico - Deductivo

Se investiga varios casos y se observa que siempre falta una circunstancia que no produce el efecto, permaneciendo constantemente todas las demás circunstancias y se concluye que lo que desaparece es la causa de lo investigado.

3.2.2. Método Sintético - Inductivo

Por medio de esta luego de la recopilación de datos, se realizó el análisis e interpretación de estos, siendo la clave obtener una muestra representativa, lo que permitió en la toma de decisiones para realizar una propuesta acorde a las necesidades reales de la Casa de la Juventud de Ibarra y con esto se explica las condiciones regulares o irregulares del estudio planteado.

3.3. Técnicas e instrumentos

La técnica que se aplicó es la entrevista, la encuesta se aplica a: un número relativamente grande de personas previamente establecido con determinadas características, para su construcción se sugiere aplicar normas de diseño y validez, de acuerdo a los objetivos, variables e indicadores, y a las preguntas directrices; la encuesta se aplica a la muestra calculada”, las encuestas en mención se aplicó a los asistentes de la Casa de la Juventud de Ibarra.

Otra técnica a implementarse es la entrevista, la misma que se aplicó a los coordinadores de áreas de la Casa de la Juventud de Ibarra para

obtener la información que permitió a concluir con los objetivos propuestos.

Los Instrumentos que se utilizaron en el presente estudio son un cuestionario estructurado con preguntas cerradas de opción múltiple y una encuesta con preguntas cerradas y abiertas de opción múltiple.

Los instrumentos que se utilizaron en el presente estudio son la encuesta y entrevista, con un cuestionario estructurado.

3.4 Población

La población a la que procederemos a estudiar y a aplicar el muestreo está integrada por el total de los colaboradores, entre coordinadores y asistentes de la Casa de la Juventud de Ibarra, los mismos que corresponden a un total 30 miembros, distribuidos de la siguiente manera:

Cuadro 1
Población:

CUADRO DE POBLACIÓN DE COORDINADORES	
RANGO	COORDINADORES
ÁREA DE COORDINACIÓN	4
TOTAL	4

CUADRO DE POBLACIÓN DE ASISTENTES	
RANGO	ASISTENTES
ASISTENTES	33
TOTAL	33
TOTAL POBLACIÓN	37

Elaborado por: Autora

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS 30 MIEMBROS DE LA CASA DE LA JUVENTUD DE IBARRA

ENCUESTA:

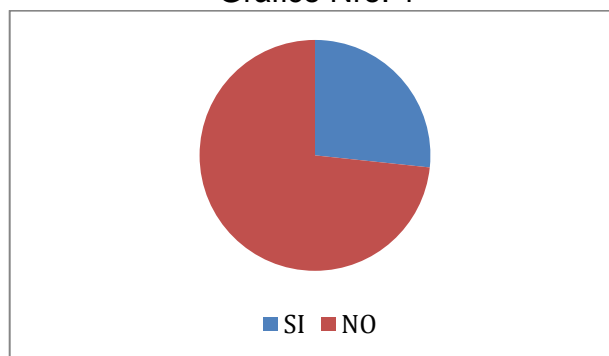
1. ¿Existe un buen manejo de la información externa en la Casa de la Juventud de Ibarra?

Tabla Nro. 1

SI	8	27%
NO	22	73%
TOTAL	30	100%

ELABORADO POR: Graciela Morejón
FUENTE: Encuesta

Gráfico Nro. 1



ELABORADO POR: Graciela Morejón
FUENTE: Encuesta

ANÁLISIS

Como se observa según los datos tabulados no existe un buen manejo de la información que se da a la ciudadanía sobre la Casa de la Juventud de Ibarra.

2. ¿Qué géneros periodísticos sería el adecuado para promover la sensibilización de los grupos juveniles en riesgo?

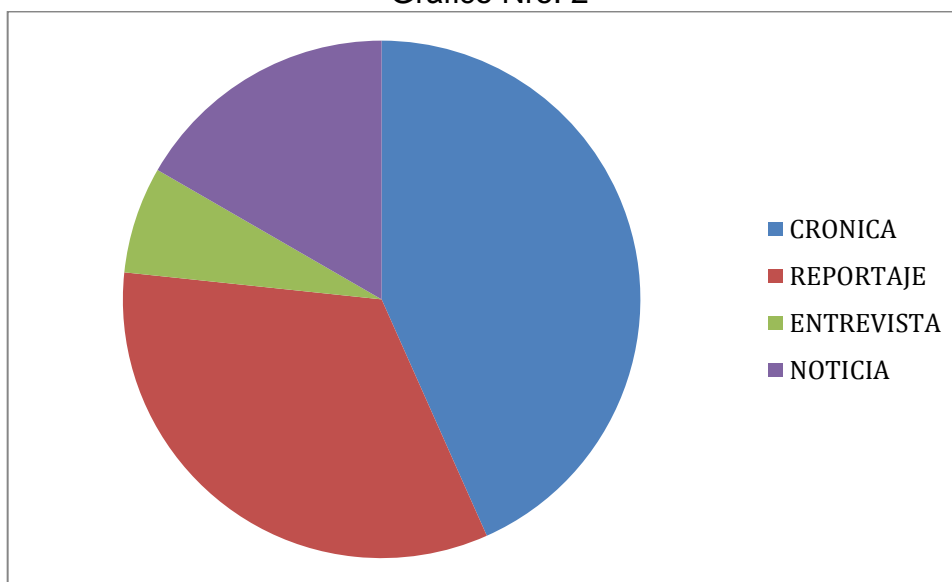
Tabla Nro. 2

CRÓNICA	13	43%
REPORTAJE	10	33%
ENTREVISTA	2	7%
NOTICIA	5	17%
	30	100%

ELABORADO POR: Graciela Morejón

FUENTE: Encuesta

Gráfico Nro. 2



ELABORADO POR: Graciela Morejón

FUENTE: Encuesta

ANÁLISIS

Como se observa la mayoría está de acuerdo que para promover la sensibilización de los grupos juveniles sería adecuado transmitir la información mediante una crónica o un reportaje.

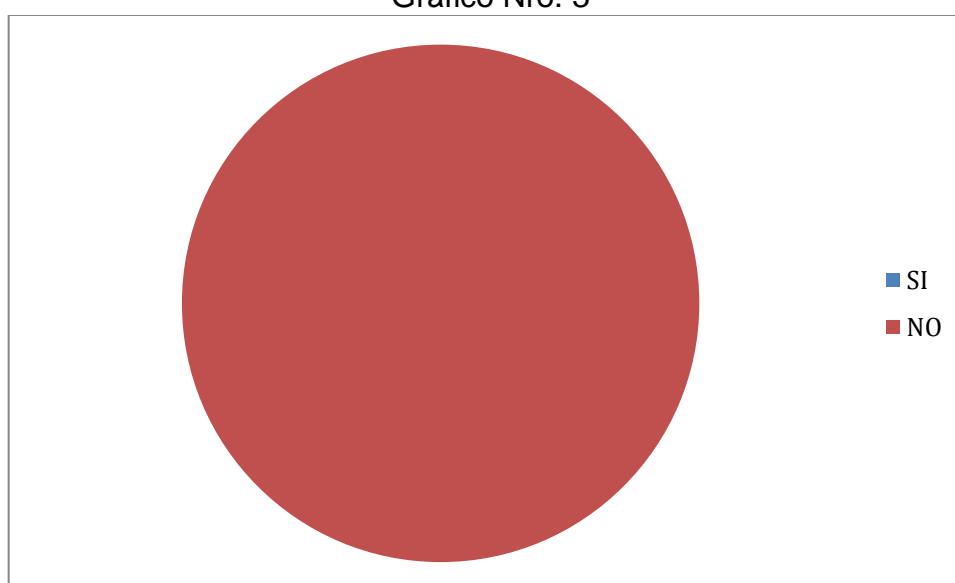
3. ¿Se utilizan géneros periodísticos para promover el fortalecimiento de la identidad de los grupos juveniles en riesgo de la Casa de la Juventud de Ibarra?

Tabla Nro. 3

SI	0	0%
NO	30	100%
	30	100%

ELABORADO POR: Graciela Morejón
FUENTE: Encuesta

Gráfico Nro. 3



ELABORADO POR: Graciela Morejón
FUENTE: Encuesta

ANÁLISIS

Según los datos tabulados no existe un género periodístico para promover el fortalecimiento de la identidad de los grupos juveniles en riesgo de la Casa de la Juventud de Ibarra.

4. ¿Es necesario crear un espacio de comunicación mediática que permita la sensibilización de esta entidad juvenil?

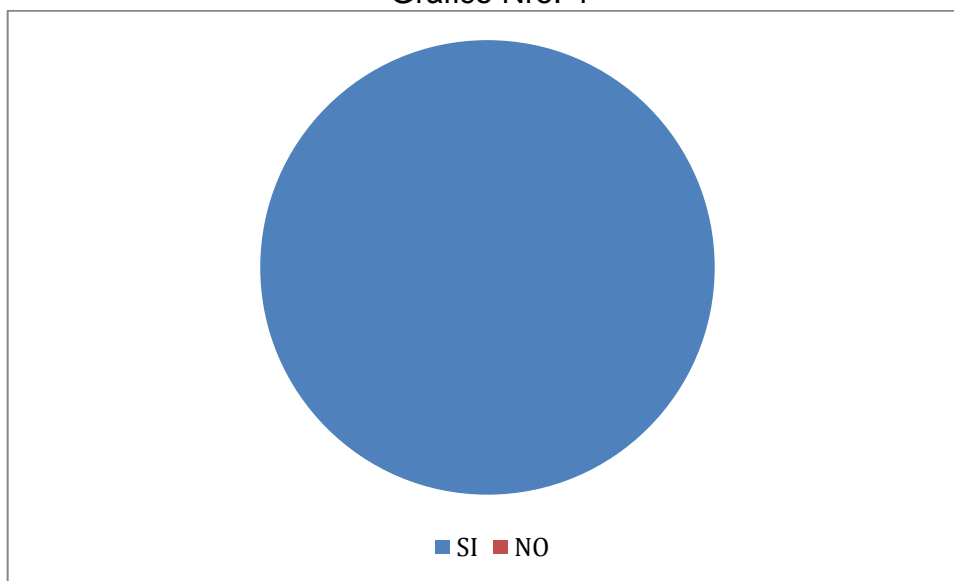
Tabla Nro. 4

SI	30	100%
NO	0	0%
TOTAL	30	100%

ELABORADO POR: Graciela Morejón

FUENTE: Encuesta

Gráfico Nro. 4



ELABORADO POR: Graciela Morejón

FUENTE: Encuesta

ANÁLISIS

Según los datos obtenidos la mayoría de los encuestados este acuerdo que es necesario un espacio de comunicación que permita la sensibilización de esta entidad juvenil.

5. ¿Los medios de comunicación impresos han apoyado la gestión por ustedes desarrolladas en esta entidad?

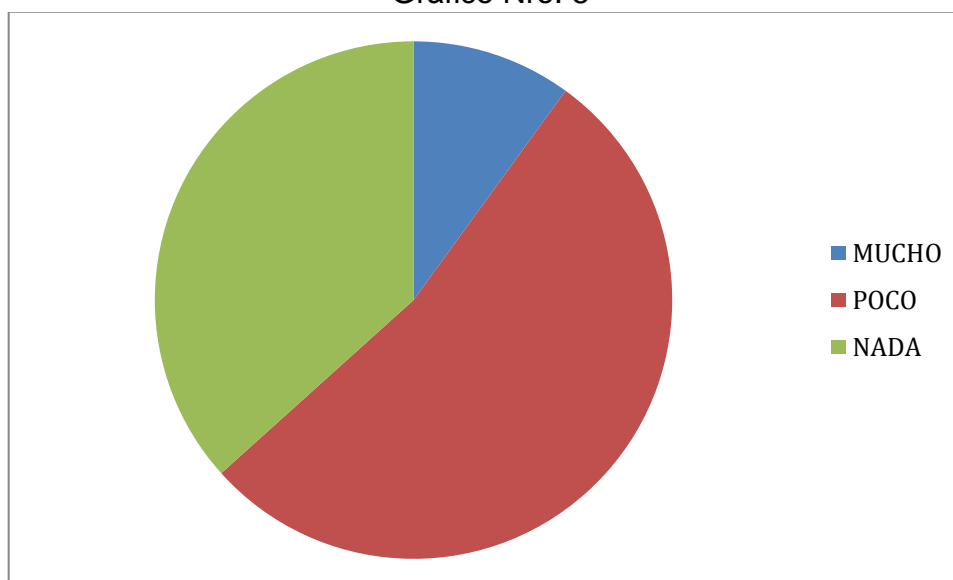
Tabla Nro. 5

MUCHO	11	37%
POCO	14	47%
NADA	5	17%

ELABORADO POR: Graciela Morejón

FUENTE: Encuesta

Gráfico Nro. 5



ELABORADO POR: Graciela Morejón

FUENTE: Encuesta

ANÁLISIS

Como podemos observar la comunicación impresa no ha sido de gran apoyo para esta entidad.

6. ¿Qué medios de comunicación impresa han colaborado con su gestión?

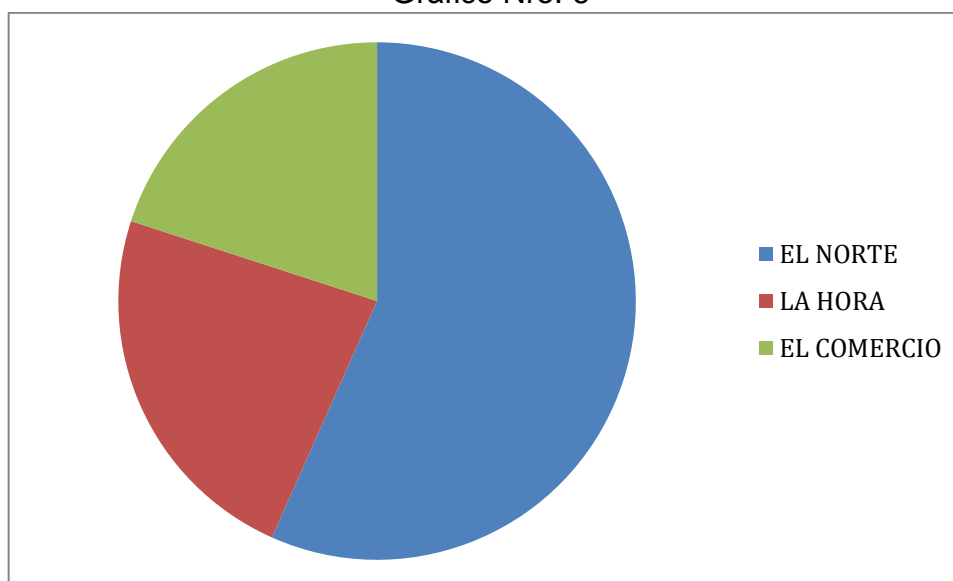
Tabla Nro. 6

EL NORTE	17	57%
LA HORA	7	23%
EL COMERCIO	6	20%
	30	100%

ELABORADO POR: Graciela Morejón

FUENTE: Encuesta

Gráfico Nro. 6



ELABORADO POR: Graciela Morejón

FUENTE: Encuesta

ANÁLISIS

Podemos observar que diario el norte ha sido uno de los medios de comunicación impresa que más apoyado en la gestión de esta entidad.

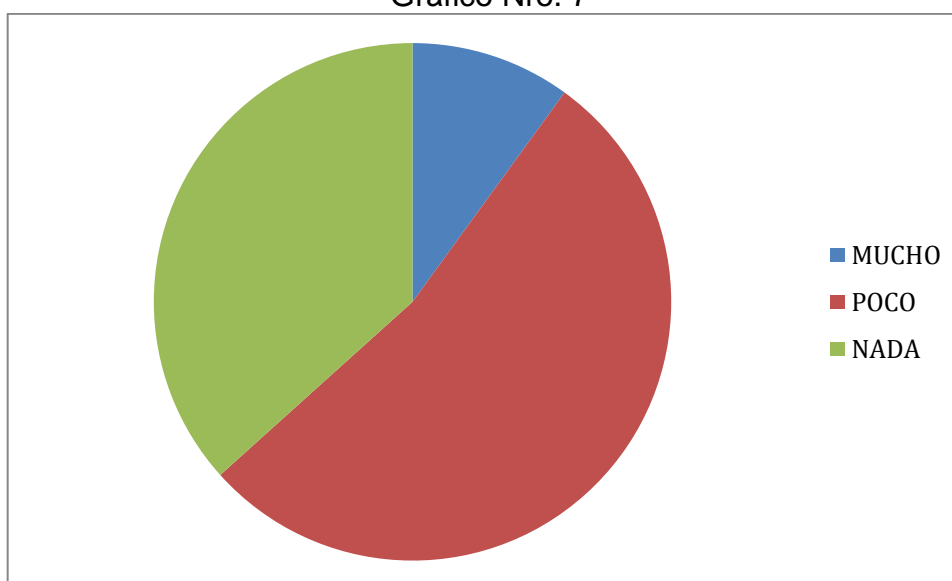
7. ¿En qué medida las entidades, civiles, eclesiásticas, militares, educativas, entre otras, han apoyado su gestión?

Tabla Nro. 7

MUCHO	3	10%
POCO	16	53%
NADA	11	37%
	30	100%

ELABORADO POR: Graciela Morejón
FUENTE: Encuesta

Gráfico Nro. 7



ELABORADO POR: Graciela Morejón
FUENTE: Encuesta

ANÁLISIS

Según la encuesta aplicada esta entidad no ha recibido mucha ayuda por parte de las entidades civiles, eclesiásticas, militares, educativas, que deberían ser quienes promuevan la ayuda a esta entidad para la ayuda de más jóvenes.

8. ¿Cómo financian la labor que desarrollan dentro de esta entidad?

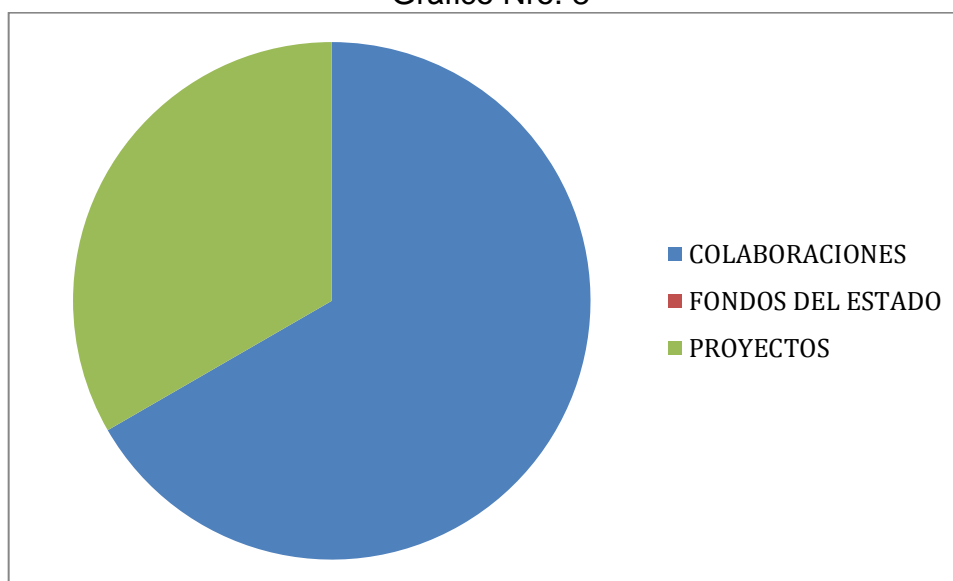
Tabla Nro. 8

COLABORACIONES	20	67%
FONDOS DEL ESTADO	0	0%
PROYECTOS	10	33%
	30	100%

ELABORADO POR: Graciela Morejón

FUENTE: Encuesta

Gráfico Nro. 8



ELABORADO POR: Graciela Morejón

FUENTE: Encuesta

ANÁLISIS

Como podemos observar la entidad funciona por fondos propios podría decirse ya que la mayoría son colaboraciones y proyectos que emprende la misma entidad para sobrevivir financieramente.

9. ¿Cree usted que por medio de la difusión efectiva de la información de la Casa de la Juventud de Ibarra se logre la sensibilización de la sociedad ante este grupo social en riesgo?

Tabla Nro. 9

SI	30	100%
NO	0	0%
TOTAL	30	100%

ELABORADO POR: Graciela Morejón

FUENTE: Encuesta

Gráfico Nro. 9



ELABORADO POR: Graciela Morejón

FUENTE: Encuesta

ANÁLISIS

Podemos observar que todos los coordinadores están de acuerdo en que una difusión efectiva de la información sobre la casa de la juventud de Ibarra ayudará a la sensibilización de la ciudadanía.

10. ¿Considera que la crónica como género periodístico es óptimo para relatar la realidad de este grupo social en riesgo?

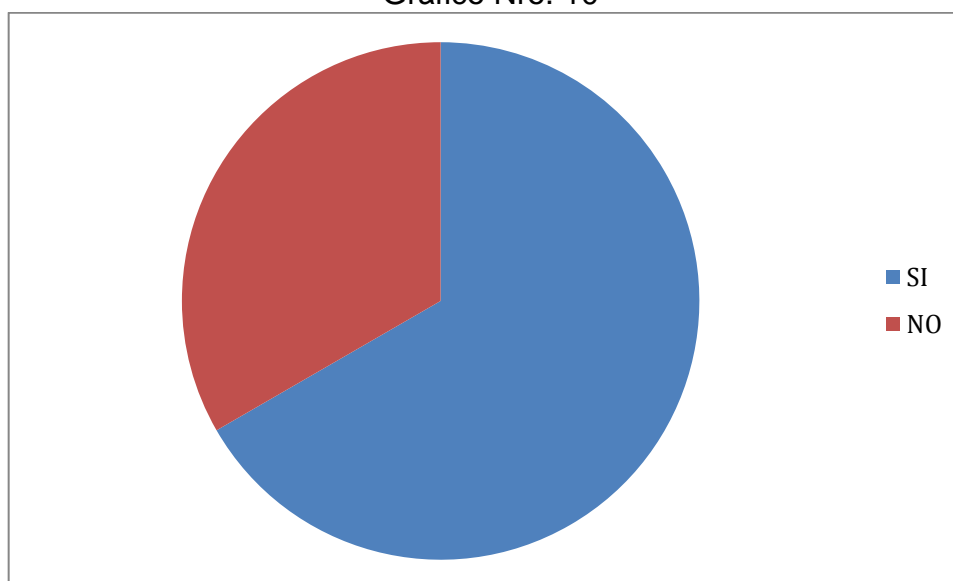
Tabla Nro. 10

SI	20	67%
NO	10	33%
	30	100%

ELABORADO POR: Graciela Morejón

FUENTE: Encuesta

Gráfico Nro. 10



ELABORADO POR: Graciela Morejón

FUENTE: Encuesta

ANÁLISIS

Podemos ver en que si están de acuerdo que la crónica es el género periodístico adecuado para relatar la realidad de los jóvenes de la casa de la juventud de Ibarra.

Encuesta dirigida a los jóvenes de la casa de la Juventud de Ibarra

ENCUESTA A LOS JÓVENES:

1. **¿Comunicaría usted los avances y proyectos desarrollados por la casa de la Juventud de Ibarra a través de la prensa?**

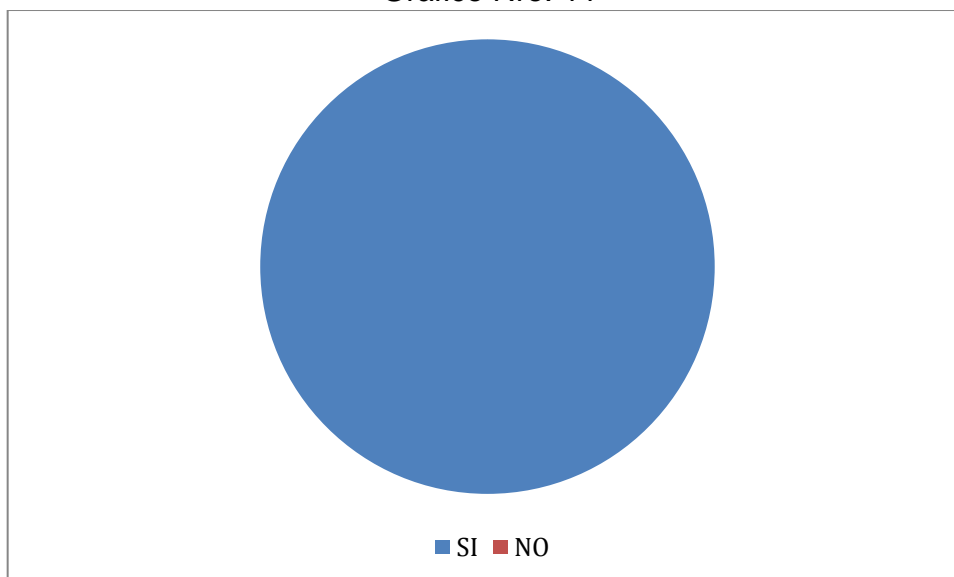
Tabla Nro. 11

SI	120	100%
NO	0	0%
TOTAL	120	100%

ELABORADO POR: Graciela Morejón

FUENTE: Encuesta

Gráfico Nro. 11



ELABORADO POR: Graciela Morejón

FUENTE: Encuesta

ANÁLISIS

Según los datos tabulados la mayoría de jóvenes están dispuestos a dar a conocer cada uno de los proyectos avances de la casa de la juventud de Ibarra a través de la prensa.

2. ¿Cómo califica usted la proyección hacia la sociedad del trabajo realizado en esta entidad?

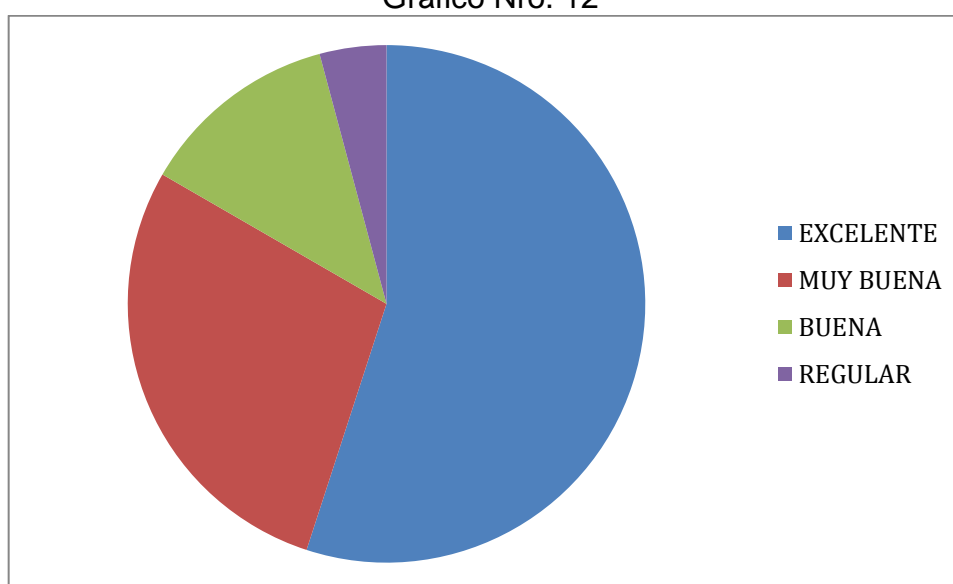
Tabla Nro. 12

EXCELENTE	66	55%
MUY BUENA	34	28%
BUENA	15	13%
REGULAR	5	4%
	120	100%

ELABORADO POR: Graciela Morejón

FUENTE: Encuesta

Gráfico Nro. 12



ELABORADO POR: Graciela Morejón

FUENTE: Encuesta

ANÁLISIS

Podemos observar que la mayoría está de acuerdo que el trabajo realizado por esta entidad es excelente sin embargo hay una minoría que opina que la proyección a la sociedad no es la de excelente sino un 28% que es muy buen, un 13% es buena y un 4% que es regular.

3. ¿Cree usted que la sociedad debe ser sensibilizada en cuanto a los grupos juveniles en riesgo?

Tabla Nro. 13

SI	120	100%
NO	0	0%
TOTAL	120	100%

ELABORADO POR: Graciela Morejón

FUENTE: Encuesta

Gráfico Nro. 13



ELABORADO POR: Graciela Morejón

FUENTE: Encuesta

ANÁLISIS

Observamos que todos están de acuerdo en que la sociedad debe ser sensibilizada sobre este grupo de jóvenes.

4. **¿Considera necesario un espacio en los medios de comunicación para informar a la colectividad sobre lo desarrollado en la Casa de la Juventud de Ibarra?**

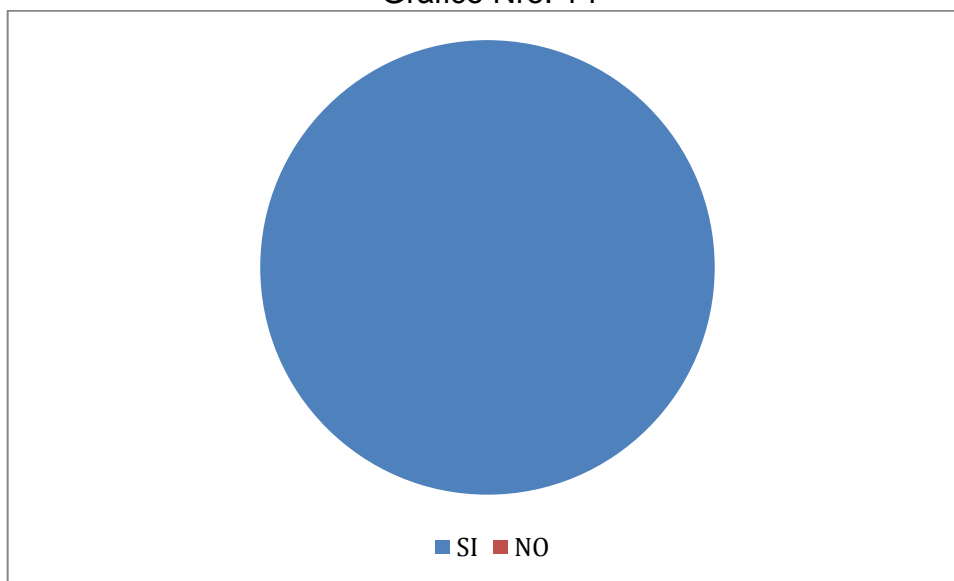
Tabla Nro. 14

SI	120	100%
NO	0	0%
TOTAL	120	100%

ELABORADO POR: Graciela Morejón

FUENTE: Encuesta

Gráfico Nro. 14



ELABORADO POR: Graciela Morejón

FUENTE: Encuesta

ANÁLISIS

Podemos observar que todos los jóvenes están de acuerdo en que es necesario un espacio en un medio de comunicación para informar a la ciudadanía sobre la entidad.

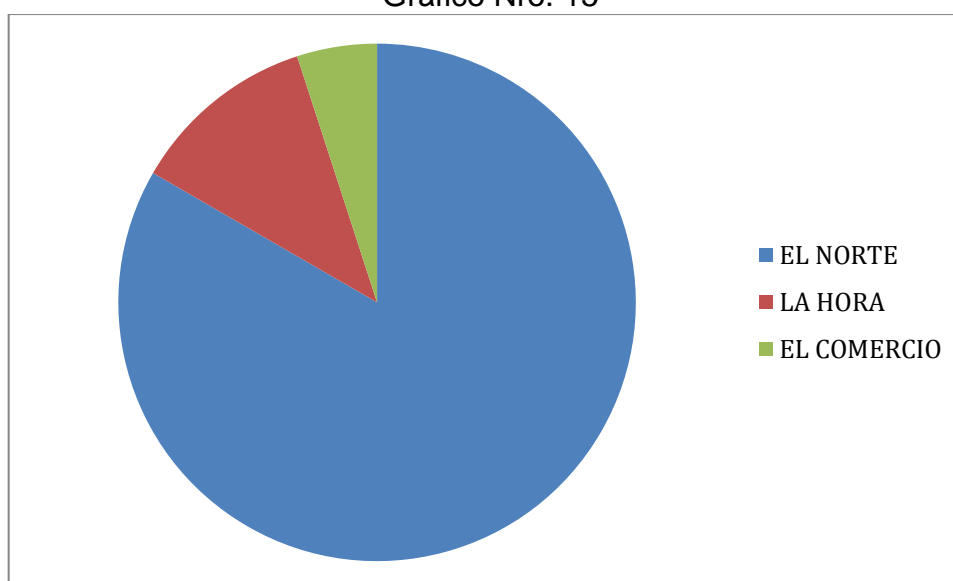
5. ¿En qué medio de comunicación impresa le gustaría que informar las actividades desarrolladas en la entidad?

Tabla Nro. 15

EL NORTE	100	83%
LA HORA	14	12%
EL COMERCIO	6	5%
	120	100%

ELABORADO POR: Graciela Morejón
FUENTE: Encuesta

Gráfico Nro. 15



ELABORADO POR: Graciela Morejón
FUENTE: Encuesta

ANÁLISIS

Según las encuestas aplicadas el diario El Norte es el preferido por la mayoría en el cual les gustaría que se abra un espacio para informar a la ciudadanía sobre la casa de la juventud de Ibarra.

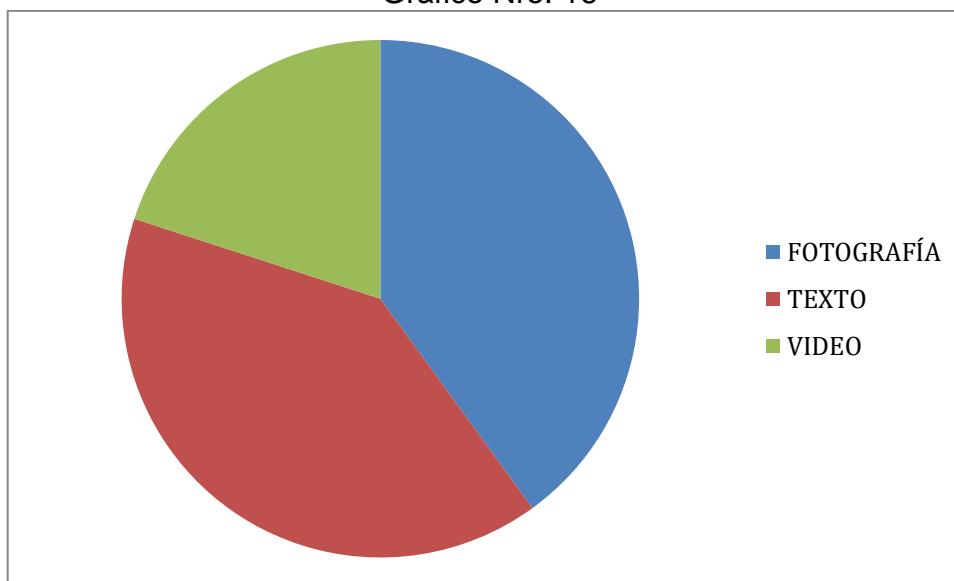
6. ¿De qué manera le gustaría enterarse de los temas de interés y que le haya causado más impacto?

Tabla Nro. 16

FOTOGRAFÍA	120	100%
TEXTO	120	100%
VIDEO	60	50%

ELABORADO POR: Graciela Morejón
FUENTE: Encuesta

Gráfico Nro. 16



ELABORADO POR: Graciela Morejón
FUENTE: Encuesta

ANÁLISIS

La mayoría de los encuestados está de acuerdo que la mejor manera para informar es a través de texto y fotografía.

7. ¿Qué temas se han tratado dentro de los programas de ayuda de la Casa de la Juventud de Ibarra?

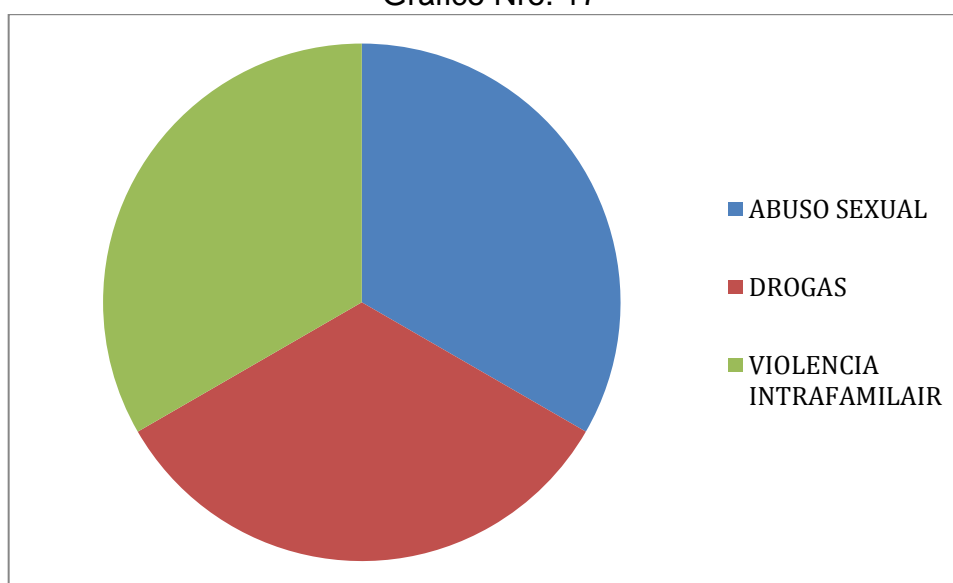
Tabla Nro. 17

ABUSO SEXUAL	120	100%
DROGAS	120	100%
VIOLENCIA INTRAFAMILAIR	120	100%

ELABORADO POR: Graciela Morejón

FUENTE: Encuesta

Gráfico Nro. 17



ELABORADO POR: Graciela Morejón

FUENTE: Encuesta

ANÁLISIS

Podemos observar que los temas a tratarse en la casa de juventud son temas conflictivos como abuso sexual, drogas, violencia.

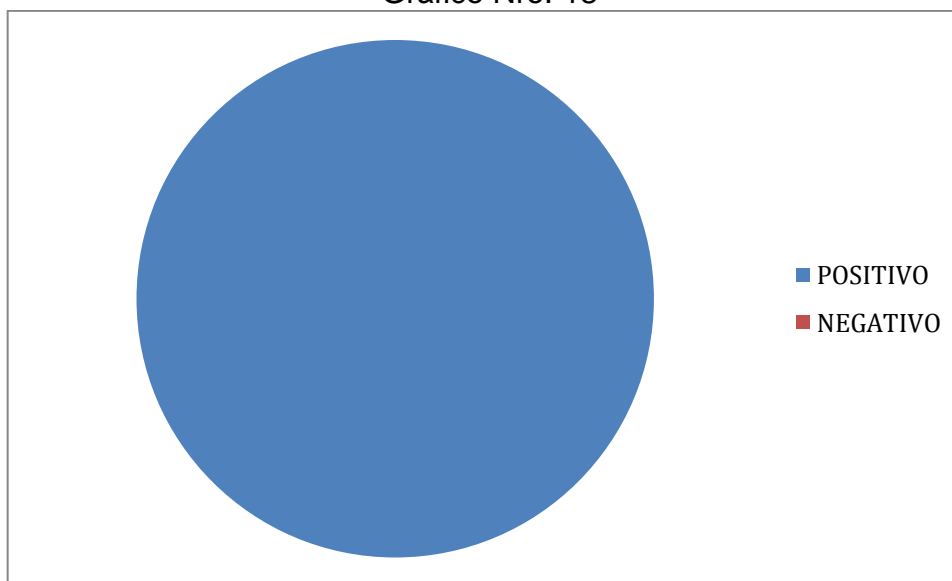
8. ¿Cómo califica usted el impacto mediático social que genera el centro de los jóvenes en riesgo de la Casa de la Juventud de Ibarra?

Tabla Nro. 18

POSITIVO	120	100%
NEGATIVO	0	0%
	120	100%

ELABORADO POR: Graciela Morejón
FUENTE: Encuesta

Gráfico Nro. 18



ELABORADO POR: Graciela Morejón
FUENTE: Encuesta

ANÁLISIS

Según los datos podemos observar que genera un impacto positivo para la sociedad ya que es una entidad de ayuda para los jóvenes.

9. ¿Qué tan importante es la difusión efectiva de la información a través de la crónica se logre la sensibilización de la colectividad?

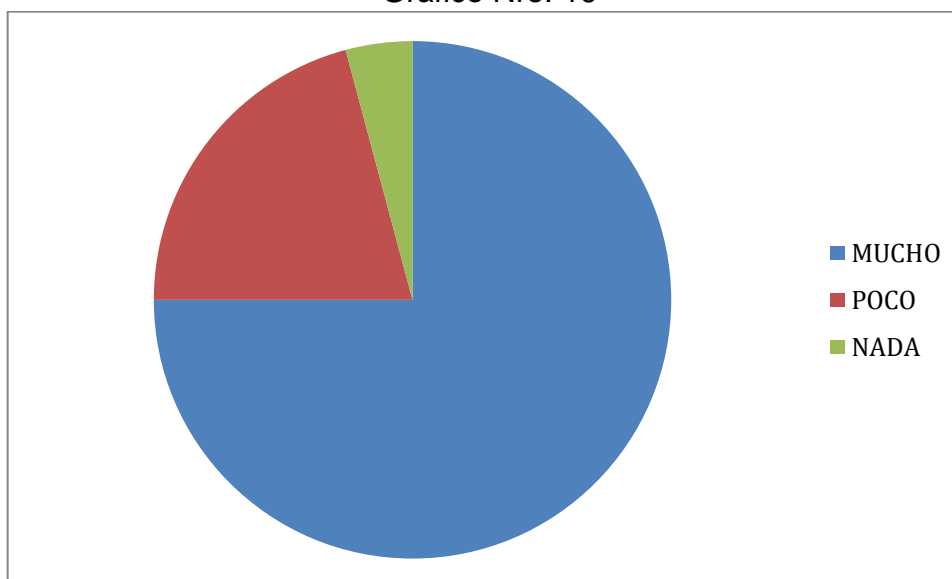
Tabla Nro. 19

MUCHO	90	75%
POCO	25	21%
NADA	5	4%
	120	100%

ELABORADO POR: Graciela Morejón

FUENTE: Encuesta

Gráfico Nro. 19



ELABORADO POR: Graciela Morejón

FUENTE: Encuesta

ANÁLISIS

Según los datos podemos observar que la mayoría está de acuerdo que a través de un informe de crónica se puede lograr la sensibilización de la sociedad para con este grupo de jóvenes de la casa de la juventud de Ibarra.

10. ¿Considera que la crónica como género periodístico es óptimo para relatar la realidad de este grupo social en riesgo?

Tabla Nro. 20

SI	120	100%
NO	0	0%
TOTAL	120	100%

ELABORADO POR: Graciela Morejón

FUENTE: Encuesta

Gráfico Nro. 20



ELABORADO POR: Graciela Morejón

FUENTE: Encuesta

ANÁLISIS

Podemos observar que todos están de acuerdo que a través de la crónica se puede relatar la realidad en la que viven los jóvenes de la casa de la juventud de Ibarra.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Durante la investigación he concluido lo siguiente:

- a) En La Casa de la Juventud de Ibarra existen un sin número de manifestaciones positivas que si valen la pena transmitir a la colectividad para borrar el estigma que pesa sobre este grupo vulnerable en proceso de rehabilitación.
- b) Además he determinado que hay, guardianes de memoria, que son aquellas personas que en algún momento de su vida, vivieron experiencias similares y que pueden aportar valiosamente para llegar a la sensibilización a través de sus vivencias.
- c) Los jóvenes de la entidad, conjuntamente con los guardianes de memoria manifiestan que si es importante la socialización de sus experiencias porque con ello mantienen viva la esperanza de poder ser aceptados y jamás vulnerados en nuestra sociedad.
- d) Como se puede apreciar existe en su totalidad un pronunciamiento a favor de contar con un espacio en la prensa local que recobre las experiencias, relatos y actividades de su institución por medio de los jóvenes, quienes tienen un gran interés sobre la socialización y la sensibilización de su grupo social.

5.2 Recomendaciones

De acuerdo a las conclusiones descritas anteriormente, se puede recomendar lo siguiente:

- a)** A todos los jóvenes de La Casa de la Juventud se recomienda la participación activa en los eventos que desarrollan, para que la información a los lectores llegue de forma verídica, precisa y sobre todo las publicaciones sean atractivas por su contenido.

- b)** A los adultos y adultos mayores que forman la parte externa de La Casa de La Juventud se les recomienda contribuir con la información necesaria para poder difundir las experiencias, anécdotas y demás, de los años en los que experimentamos situaciones en riesgo a través del impreso.

- c)** A los investigadores se les recomienda hacer una publicación semanal, para difundir las manifestaciones culturales, vivenciales, entre otras, de quienes conforman La Casa de la Juventud de Ibarra. De esta manera, se podrá transmitir al público las actividades y el trabajo que desarrolla la entidad. Formar grupos de jóvenes para poder entrevistarlos y hacer que las historias tengan un contenido comparativo y más amplio. Subir las notas realizadas cada semana, a la página web del medio impreso para difundir las labores, vivencias, experiencias y hasta necesidades de La Casa de la Juventud para que esta información no solo que llegue a nivel nacional sino también a nivel internacional.

5.3 Respuestas a las preguntas de Investigación e Interrogantes

- **¿El diagnóstico permitirá ubicar el problema del desconocimiento de los géneros periodísticos para el fortalecimiento de la identidad de los grupos juveniles y sensibilización de los jóvenes en riesgo?**

Dentro de la determinación y desarrollo del diagnóstico, se lograron los siguientes hallazgos, a) que la importancia de la identidad de los grupos de jóvenes de la casa de la Juventud, es parte de su proceso de inducción hacia la sociedad, b) que la sensibilización de los jóvenes en riesgo es el fundamento de las charlas periódicas que se van realizando continuamente; que el desconocimiento de la praxis de los géneros periodístico con la finalidad de lograr la difusión tanto intencional como participativa, generar un proceso de aceptación y apoyo por parte de la sociedad, además de mejorar internamente la visión institucional de la casa de la Juventud.

- **¿La selección adecuada de un marco conceptual que informe cada uno de los géneros periodísticos existentes para adquirir el conocimiento y elegir los más adecuados para plantear la realidad de este grupo de jóvenes?**

Posterior a la revisión bibliográfica y diagnóstica se determinó que el género periodísticos de la crónica, permite contar una historia real, con hechos que generan trascendencia para la sociedad.

- **¿Es posible diagnosticar la implementación de los géneros periodísticos en temas de identidad en grupos juveniles en riesgo?**

La preferencia por la crónica como el género periodístico fue diagnosticada y se percibió que su aceptación por el público debido a su característica de sensacionalista, genera atracción por los jóvenes de la Casa de la Juventud.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1 TÍTULO DE LA PROPUESTA

PROPUESTA DE PUBLICACIÓN SEMANAL PARA LA DIFUSIÓN DE LAS EXPERIENCIAS, ACTIVIDADES Y VIVENCIAS DE LA CASA DE LA JUVENTUD DE IBARRA.

6.2 INTRODUCCIÓN

La Comunicación es una de las políticas inherentes a cualquier actividad que se realice por parte de una institución, ya que toda entidad constituida por humanos va a necesitar relacionarse, transmitir, interna y externamente, sus opiniones, reivindicaciones, necesidades o logros.

El periódico es un medio de difusión masiva que llega al lector, de forma personal, es el medio de mayor alcance ya que llega a todas las clases sociales, establece un contacto más personal porque ofrece al lector cierto grado de participación en el acontecimiento o noticia que se está leyendo. Es un medio selectivo y flexible, ya que como medio de comunicación nos brinda la oportunidad de alcanzar un mercado con un presupuesto mucho más bajo del que se necesita, en otros medios, es por eso que es mayor la apertura potencial de un diario.

La publicación de las actividades que se desarrollan en la Casa de la Juventud de Ibarra, a través, del periódico si es muy importante ya que la comunidad será un eje principal de la difusión de sus vivencias y experiencias.

6.3 JUSTIFICACIÓN

Una vez realizada la respectiva investigación sobre las actividades, labores y proyectos que desarrolla la Casa de la Juventud de Ibarra, he determinado que es muy importante la difusión de las vivencias, experiencias y relatos de los integrantes de la Casa de la Juventud de Ibarra.

6.4 FUNDAMENTACIÓN

Dentro de las organizaciones, la comunicación ejerce un rol indispensable ya que permite el conocimiento y coordinación de actividades entre sus distintas áreas, fortaleciendo la interacción y participación activa, porque incentiva el trabajo en equipo y crea ambientes propicios que ayudan a mejorar las condiciones físicas humanas del servidor dentro de la organización.

La comunicación es una de las condiciones básicas para que la gestión organizacional sea productiva y competitiva, sus funciones son controlar, motivar, fortalecer el clima laboral y proporcionar información que lo individuos necesitan para tomar dediciones.

A veces, podemos llegar a confundir la comunicación con la información organizacional. La comunicación va más allá de la transmisión de datos, hay que entenderla en un sentido amplio que engloba todas las actuaciones en las que participa la organización como un organismo activo, abierto y vivo.

De esta manera la comunicación deja de ser un sinónimo de transmisión para convertirse en la herramienta que permite a la organización construir su futuro en cada paso del presente. La gestión inicia por comprender el funcionamiento y plan estratégico de la

organización, fortalecer la cultura organizacional y construir flujos, canales de información y comunicación estables y permanentes que permitan que todos los miembros de la organización estén alineados y conozcan el direccionamiento de la organización.

6.5 OBJETIVOS

6.5.1 Objetivo General

Difundir actividades, vivencias y experiencias de los integrantes de la Casa de la Juventud de Ibarra a través de publicaciones semanales en diario El Norte.

6.5.2 Objetivos Específicos

- Generar a través de la comunicación, de forma directa, eficaz y oportuna vivencias y experiencias para fomentar la sensibilización.
- Revitalizar las vivencias, experiencias y relatos de los integrantes de la Casa de la Juventud de Ibarra a través de su difusión en el medio escrito.
- Fortalecer sensibilización en cuanto a las vivencias, experiencias, labores y proyectos desarrollados en la Casa de la Juventud de Ibarra.
- Formar un espacio de participación e interacción de los padres de familia y la colectividad en el medio.
- Mantener informada a la colectividad sobre las actividades y proyectos que se desarrollan en la Casa de la Juventud de Ibarra.
- Fortalecer el proceso de comunicación entre quienes conforman la Casa de la Juventud de Ibarra y fomentar la sensibilización hacia la colectividad en general.

6.6 IMPORTANCIA

A través de estas publicaciones semanales se pueden difundir las actividades, proyectos, vivencias, experiencias y relatos de los jóvenes de la Casa de la Juventud de Ibarra para su sensibilización.

6.7 UBICACIÓN SECTORIAL

La redacción, diseño e impresión de la página se lo realizó en las oficinas de Diario EL NORTE, ubicado en las calles Juan José Flores y Rafael Rosales. La cobertura del impreso es en Imbabura, Carchi y la zona norte de Pichincha.

6.8 FACTIBILIDAD

- Bibliografía
- Existe la investigación sobre las actividades desarrolladas por la Casa de la Juventud de Ibarra, además de las vivencias y experiencias de los jóvenes que la conforman.
- Se tiene el medio de comunicación para la ejecución de la publicación semanal.
- Fuentes de información, a través, de las redes sociales

6.9 PÚBLICOS

6.9.1 Públicos Externos

- Medios de comunicación y la sociedad civil en general.
- Instituciones públicas y privadas, autoridades seccionales, Gobiernos locales.
- Academia, Universidades locales
- Gremios de Producción y profesionales.

- Empresarios.

Mensajes

- Motivadores.
- Positivos.
- Generadores de confianza.
- Experiencias y vivencias, crónicas positivas de los jóvenes de la Casa de la Juventud de Ibarra.

6.10 MECANISMOS DE LA COMUNICACIÓN

Se procura llegar a las audiencias, de las provincias Imbabura, Carchi y Pichincha, para que las experiencias y vivencias de los integrantes de la Casa de la Juventud de Ibarra sean un ejemplo para otros sectores vulnerables y se fomente la sensibilización en la comunidad hacia los jóvenes en riesgo.

6.11 PLAN OPERATIVO

La planificación operativa comunicacional, determina la gestión, aplicación y cumplimiento del plan de comunicación.

Dentro de la creación del espacio en el diario El Norte para la difusión de las vivencias, experiencias y fomento de la sensibilización de este sector vulnerable de la sociedad, se da la participación del público vía redes sociales o cartas al editor para que fortalezcan sobre la temática que se trate cada día que se publique una crónica y lograr un exitoso espacio de lectura y fotografía para poder cumplir con los objetivos planteados.

Cuadro 2

Planificación Operativa

Crónica	fecha	Tema	Participantes	Recurso	Materiales	Procedimiento	Lugar
1	06-2015	El grafiti	Joven miembro de la Casa de la Juventud Directivo de la Casa de la Juventud	Periodista Fotógrafo Diagramador Diseñador Chofer Software edición	Vehículo Libreta Esferos Cámara fotográfica Grabadora	1. Conversatorio Previo 2. Acuerdo de cooperación 3. Aplicación de cuestionario	Parque de la familia, sector de grafiti
2	13-02-2016	Drogas	2 Jóvenes miembro de la Casa de la Juventud Directivo de la Casa de la Juventud	Periodista Ayudante Fotógrafo Diagramador Diseñador Chofer Software edición	Vehículo Libreta Esferos Cámara fotográfica Grabadora	1. Conversatorio Previo 2. Acuerdo de cooperación 3. Aplicación de cuestionario	Oficina de la casa de la Juventud
3	20-02-2016	Maternidad y paternidad	Joven miembro de la Casa de la Juventud Directivo de la Casa de la Juventud	Periodista Ayudante Fotógrafo Diagramador Diseñador Chofer Software edición	Vehículo Libreta Esferos Cámara fotográfica Grabadora	1. Conversatorio Previo 2. Acuerdo de cooperación 3. Aplicación de cuestionario	Centro de Salud Pública, Sector Priorato
4	27-02-2016	Delincuencia	2 Jóvenes miembro de la Casa de la Juventud Directivo de la Casa de la Juventud	Periodista Ayudante Fotógrafo Diagramador Diseñador Chofer Software edición	Vehículo Libreta Esferos Cámara fotográfica Grabadora	1. Conversatorio Previo 2. Acuerdo de cooperación 3. Aplicación de cuestionario	Parque Pedro Moncayo
5	05-03-2016	Violencia intrafamiliar	Joven miembro de la Casa de la Juventud	Periodista Ayudante Fotógrafo	Vehículo Libreta Esferos	1. Conversatorio Previo 2. Acuerdo de	Hogar de un Joven de la Casa de la Juventud

			Directivo de la Casa de la Juventud	Diagramador Diseñador Chofer Software edición	Cámara fotográfica Grabadora	cooperación 3.Aplicación de cuestionario	
6	12-03-2016	La Calle	Joven miembro de la Casa de la Juventud Directivo de la Casa de la Juventud	Periodista Ayudante Fotógrafo Diagramador Diseñador Chofer Software edición	Vehículo Libreta Esferos Cámara fotográfica Grabadora	1. Conversatorio Previo 2. Acuerdo de cooperación 3.Aplicación de cuestionario	Calle Bolívar y Pedro Moncayo Calle Sánchez y Cifuentes Calle Obispo Mosquera
7	19-03-2016	Sociedad	Joven miembro de la Casa de la Juventud Directivo de la Casa de la Juventud	Periodista Ayudante Fotógrafo Diagramador Diseñador Chofer Software edición	Vehículo Libreta Esferos Cámara fotográfica Grabadora	1. Conversatorio Previo 2. Acuerdo de cooperación 3.Aplicación de cuestionario	Inmediaciones del Mercado Amazonas en Ibarra.
8	26-03-2016	Arte y cultura	Joven miembro de la Casa de la Juventud Directivo de la Casa de la Juventud	Periodista Ayudante Fotógrafo Diagramador Diseñador Chofer Software edición	Vehículo Libreta Esferos Cámara fotográfica Grabadora	1. Conversatorio Previo 2. Acuerdo de cooperación 3.Aplicación de cuestionario	Exposición de Arte, Parque Ciudad Blanca
9	2-04-2016	Música	Joven miembro de la Casa de la Juventud Directivo de la Casa de la Juventud	Periodista Ayudante Fotógrafo Diagramador Diseñador Chofer Software edición	Vehículo Libreta Esferos Cámara fotográfica Grabadora	1. Conversatorio Previo 2. Acuerdo de cooperación 3.Aplicación de cuestionario	Hogar del Joven entrevistado

ELABORADO POR: Graciela Morejón

Cuadro 3

Ejes temáticos de la entrevista

Crónica	fecha	Tema	Entrevistado	Entrevistador	Duración	Ejes temáticos
1	06-2015	El grafiti	Miembro de la Casa de la juventud	Graciela Morejón	20'	Acerca de los vicios - Pensamiento o creencia del grafiti - Propósito de grafiti - Anécdotas personas que lo llevaron a disminuir su calidad de vida o desvincularse de las características propias de un joven
2	13-02-2016	Drogas	Miembro de la Casa de la juventud	Graciela Morejón	20'	Indagar a cerca de las drogas y su
3	20-02-2016	Maternidad y paternidad	Miembro de la Casa de la juventud	Graciela Morejón	20'	Investigar a cerca del proyecto de vida
4	27-02-2016	Delincuencia	Miembro de la Casa de la juventud	Graciela Morejón	20'	Determinar los antecedentes y vivencias delincuenciales y los motivos de cambio
5	05-03-2016	Violencia intrafamiliar	Miembro de la Casa de la juventud	Graciela Morejón	20'	Indagar a cerca de los casos de violencia y sus consecuencias.
6	12-03-2016	La Calle	Miembro de la Casa de la juventud	Graciela Morejón	20'	Generar el estudio acerca de las circunstancias que viven los jóvenes en la calle, pandillas y violencia.
7	26-03-2016	Arte y cultura	Miembro de la Casa de la juventud	Graciela Morejón	20'	El arte de la calle Ingresos económicos Aceptación del publico
8	2-04-2016	Música	Miembro de la Casa de la juventud	Graciela Morejón	20'	La música como medio de subsistencia Ingresos económicos Aceptación del publico

ELABORADO POR: Graciela Morejón

6.12 ELABORACIÓN

El proceso de publicación inicia con la recolección de información que consiste en compartir con el entrevistado sus experiencias, vivencias y necesidades. Una vez que contamos con el material de información y gráfico correspondiente llegamos a la sala de redacción de Diario EL NORTE.

El audio es descargado en texto y las fotos enviadas al departamento de diseño gráfico para que pueda ser plasmado en una maqueta configurada en el programa Adobe In Copy.

Se utiliza el tipo de letra Calibri en tamaño 12, porque así está establecido el diseño de cada página y para que el tamaño pueda ser modificado por los expertos en diseño gráfico, además de ser un tipo de letra más legible.

Las fotografías en este caso utilizadas tienen a los protagonistas de espaldas o de costado, tratando de cuidar su identidad y evitando que sean marginados por la sociedad. La Ley de Comunicación vigente y el Código Orgánico Integral Penal, COIP, establecido desde el 10 de agosto de 2014, prepondera la protección de los derechos de personas en sectores vulnerables como en este caso son los menores de edad.

Se establece que ningún menor de edad puede ser vulnerado en sus derechos, por lo que están dentro del grupo de personas que deben tener la identidad protegida en todos los aspectos, aun cuando el fin de la información sea positivo.

En cuando al destacado, se usa de un color distinto y fuera del texto redactado, para resaltar información relevante que complementa a la historia ya relatada. Aporta con datos adicionales. En este caso también lo usamos para dar un avance del siguiente tema a tratarse en la semana

siguiente en el segmento de Crónica Urbana. Las fotografías son ubicadas según el espacio de texto que se disponga y de la calidad de las imágenes.

Mientras tanto, la redacción de la crónica se desarrolla en Word para luego pasarla a la maqueta ya diagramada. Terminado el proceso pasa al editor de turno y al tercer filtro que es el Director General. Corregido que ha sido el documento y autorizado el uso y diseño fotográfico pasa al área de placa donde finalmente ingresa a las máquinas para aparecer en el impreso del día.

6.13 PUBLICACIÓN MODELO DE CÓMO SE MANEJARÁ LA INFORMACIÓN EN EL IMPRESO.

Aprendiendo a convivir

IBARRA

Hombres con miradas fijas, espadas, garabatos que incluso para nosotros podrían no tener ningún sentido, son parte del arte de los muchachos de la Casa de la Juventud de Ibarra, quienes pasan su tiempo realizando actividades artísticas en sus ratos libres.

Parques y paredes de la ciudad, han sido adornadas con su arte y la ciudadanía ve con buenos ojos que los muchachos hayan emprendido esta actividad y se alejen de las calles.

“Me siento contento, antes mi vida no tenía sentido, todo era drogarme y pasar con mis amigos. Vivía en la calle y pasaba días sin comer esperando la caridad de las personas cuando hacía malabares en los semáforos, pero un chico me trajo aquí y empecé a ver la vida de otra manera, regresé a mi casa y ahora quiero que mi viejita se sienta

orgullosa de mi por lo que hago”, dijo “Chamo Alex” como lo conocen sus nuevos amigos.

Este adolescente al igual que muchos otros, han iniciado la dura etapa de transformación en la que los cambios han sido difíciles pero beneficiosos.

“Dejar la vida de la calle no siempre es fácil porque te acostumbras a lo fácil, pero ahora sé que eso no es todo y que puedo ser mejor cada día dejando los vicios. Cuando estaba botado estaba lejos de mi familia y mi madre cada vez que me veía lloraba, eso es algo que no voy a permitir otra vez, y quiero que todos sepan mi historia para que cambien su vida”, finalizó.

Esquema 1

Estructura diseñada de la Crónica:

2 Crónica urbana | 1

EL NORTE diciembre de 2015

www.elnorte.com

Aprendiendo a convivir



GRACIELA MOREJÓN
@graciela.morejon

Hombres con miradas fijas, espaldas, garabatos que incluso para nosotros podrían no tener ningún sentido, son parte del mundo de los muchachos de la Casa de la Juventud de Ibarra quienes pasan su tiempo realizando actividades artísticas en sus ratos libres.

Parques y paredes de la ciudad han sido adornados con su arte y la ciudadanía ve con buenos ojos que los muchachos hayan emprendido esta actividad y se alejen de las calles.

“Me siento contento, antes mi vida no tenía sentido, todo era drogarme y pasar con mis amigos. Vivía en la calle y pasaba días sin comer esperando la caridad de las personas cuando hacía malabares en los semáforos, pero un chico me trajo aquí y empecé a ver la vida de otra manera, regresé a mi casa y ahora quiero que mi vieja se sienta orgullosa de mí por lo que hago”, dijo “Chamo Alex” como lo conocen sus nuevos amigos.

Este adolescente al igual que muchos otros, han iniciado la dura etapa de transformación en la que los cambios han sido difíciles pero beneficiosos.

“Dejar la vida de la calle no siempre es fácil porque te acostumbras a lo fácil, pero ahora sé que eso no es todo y que puedo ser mejor cada día dejando los vicios. Cuando estaba botado estaba lejos de mi familia y mi madre cada vez que me veía lloraba, eso es algo que no voy a permitir otra vez, y quiero que todos sepan mi historia para que cambien su vida”, finalizó.

Dentro de los proyectos por la Casa de la Juventud de Ibarra están aquellos que incluyen, rescate de juegos tradicionales, pintura y arte en modo grafiti, creación de grupos musicales en géneros como el hip hop, rap entre otros. Las normas establecidas en la entidad son respetadas y seguidas al pie de la letra por cada uno de sus integrantes que, además, están inscritos en unidades educativas a distancia para completar sus estudios y a futuro obtener una carrera profesional. En la siguiente entrega conoceremos más sobre la vida de “Mara”, un integrante mujer que dejó las calles.



7. IMPACTOS

7.1 IMPACTO EDUCATIVO

Este trabajo de investigación requirió de una entrega total en el proceso de elaboración que tuvo un impacto de consolidación en mi formación profesional.

La presente propuesta de sensibilización, genera impactos tanto para el individuo como tal, como para la ciudadanía que se enriquecerá de conocimientos y se sensibilizará sobre este grupo juvenil en riesgo.

7.2 IMPACTO SOCIAL

El impacto social será evidente en la sociedad mediante la educación, la adquisición de conocimientos, la sensibilización hacia este grupo de jóvenes.

7.3 DIFUSIÓN

La transmisión de los conocimientos plasmados de esta propuesta, se compartió con los coordinadores de la casa de la juventud de la ciudad de Ibarra, para que lo tomen como referencia y lo apliquen de la mejor manera en la entidad.

BIBLIOGRAFÍA

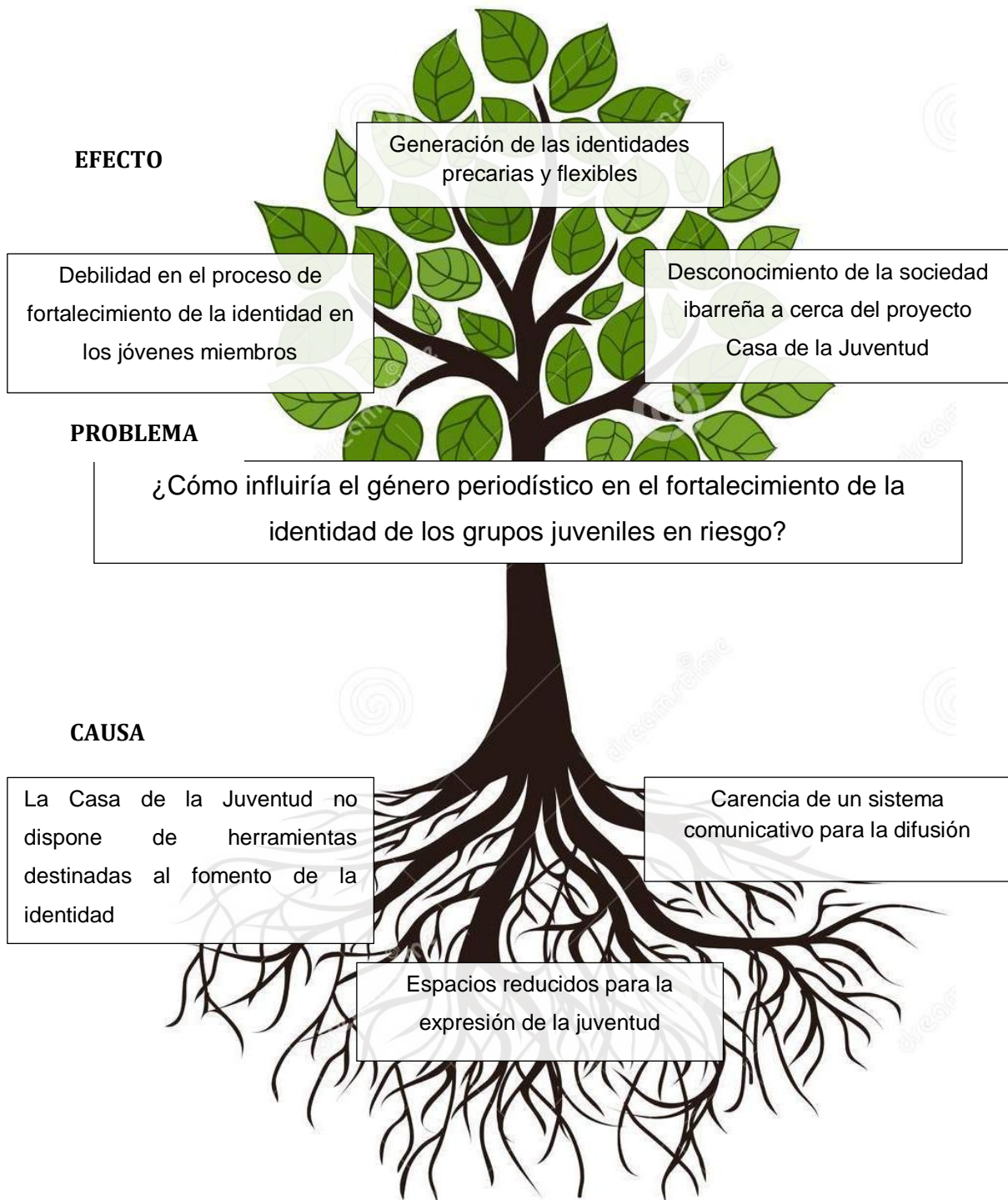
- Barbero, Jesús. (2011). Los oficios del comunicador. *Signo y Pensamiento*, 30(59), 18-40. Retrieved January 27, 2016, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-48232011000200002&lng=en&tlng=es.
- Castells, Manuel, (2014), *Comunicación y poder, el poder de las redes del poder en el entorno tecnológico de la comunicación*. Madrid: Alianza Editorial.
- Franco Chávez, Fanny Patricia, & López Rojas, Ana María. (2011). Una mirada a las raíces de la comunicación para el desarrollo, Entrevista con Luis Ramiro Beltrán Salmón. *Signo y Pensamiento*, 30(58), 142-148. Retrieved January 27, 2016, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-48232011000100010&lng=en&tlng=es.
- Lattuada, Paola. *Comunicación Sustentable* (2015), la posibilidad de construir sentido con otros. *Cuad. Cent. Estud. Diseño Comun., Ens.* [online]. 2011, n.35 [citado 2016-01-27], pp. 135-141 . Disponible en: <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232011000100013&lng=es&nrm=iso>. ISSN 1853-3523.
- Lion, Carina, (2012), *Imaginar con tecnologías: Relaciones entre tecnologías y conocimiento*, Mendoza: INFD
- Munizaga, Giselle; Rivera, Anny, (2012), *La investigación en comunicación social en Chile*. Santiago: Desco
- Onocko Campos, (2015) Rosana et al. *Salud Colectiva y Psicoanálisis: entrecruzando conceptos en busca de políticas públicas potentes*. *Salud colectiva* [online]. vol.4, n.2 [citado 2016-01-27], pp. 173-185 . Disponible en: <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-82652008000200008&lng=es&nrm=iso>. ISSN 1851-8265.
- Padula, Perkins, J., (2013), *Medios de comunicación; evaluación; planificación; materiales de enseñanza*
- Palau, Dolors. (2014). *Inscripción en cuatro movimientos: Estilos en la construcción del texto informativo-interpretativo*. *Comunicación y*

sociedad, (21), 213-238. Recuperado en 27 de enero de 2016, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2014000100009&lng=es&tlng=es.

- Perea Rodríguez, Antonia, & Hellín Ortuño, Pedro A.. (2013). Estudio de la comunicación de lobby en el caso de la gripe A. Persuasión en la prensa escrita española. *Anagramas -Rumbos y sentidos de la comunicación-*, 11(22), 53-78. Retrieved January 27, 2016, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-25222013000100004&lng=en&tlng=es
- Pompa Montes de Oca, Yanelis de la Caridad y Pérez López, Idalberto Amado. (2015). La competencia comunicativa en la labor pedagógica. *Universidad y Sociedad [online].*, vol.7, n.2 [citado 2016-01-27], pp. 160-167 . Disponible en: <http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202015000200023&lng=es&nrm=iso>. ISSN 2218-3620.
- Puerta, Andrés. (2011). El periodismo narrativo* o una manera de dejar huella de una sociedad en una época. *Anagramas -Rumbos y sentidos de la comunicación-*, 9(18), 47-60. Retrieved January 27, 2016, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-25222011000100004&lng=en&tlng=es .
- Rivera, Jorge, (2014), *Comunicación social, investigación social, medios de comunicación, comunicación de masas, cultura popular*. Buenos Aires. Descó.
- Salaverría, Ramón, (2010), *El impacto de internet en los medios de comunicación*. Sevilla: CS ediciones.
- Sánchez Gonzales, Hada M., & Méndez Muros, Sandra. (2014). Figuras profesionales 2.0 en Periodismo y cambio tecnológico-emocional en el currículo universitario español. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 37(1), 133-154. Retrieved January 27, 2016, from http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-58442014000100007&lng=en&tlng=es

ANEXOS

Anexo 1 Árbol de Problemas



Anexo 2 Matriz de Coherencia

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL
<p>¿Cómo influiría el género periodístico en el fortalecimiento de la identidad de los grupos juveniles en riesgo?</p>	<p>Analizar los géneros periodísticos que permitan el fortalecimiento de la identidad de la Casa de la Juventud de Ibarra en el barrio de El Priorato.</p>
SUBPROBLEMAS / INTERROGANTES	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Un diagnostico equilibrado permitirá ubicar el problema del desconocimiento de los géneros periodísticos para el fortalecimiento de la identidad de los grupos juveniles y sensibilización de los jóvenes en riesgo? • ¿La selección adecuada de un marco conceptual que informe cada uno de los géneros periodísticos existentes para adquirir el conocimiento y elegir los más adecuados para plantear la realidad de este grupo de jóvenes? • ¿Se puede diseñar una campaña periodística en medios impresos y en las redes sociales que permitan promover la sensibilización e identidad de esta organización social? • ¿Se puede diseñar una campaña periodística en medios impresos y en las redes sociales que permitan promover la sensibilización e identidad de esta organización social? 	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnosticar la implementación de los géneros periodísticos en temas de identidad en grupos de riesgo. • Plantear un marco conceptual sobre los géneros periodísticos a implementarse dentro de este proyecto. • Diseñar una campaña periodística en medios impresos que puedan promover la sensibilización de la colectividad en temas de identidad en grupos juveniles en riesgo • Difundir en los medios impresos y en las redes sociales la propuesta de fortalecimiento de la identidad y sensibilización de los grupos juveniles en riesgo.

Anexo 3. Instrumentos de Recolección de Datos

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

Entrevista a Directivos de la Casa de la Juventud

Objetivos: Determinar la relación entre el manejo de la casa de la Juventud y su incidencia a través del uso de los medios de difusión.

¿Existe un buen manejo de la información externa en la Casa de la Juventud de Ibarra?

SI _____

NO _____

¿Qué géneros periodísticos sería el adecuado para promover la sensibilización de los grupos juveniles en riesgo?

Crónica _____

Reportaje _____

Entrevista _____

Noticias _____

¿Se utilizan géneros periodísticos para promover el fortalecimiento de la identidad de los grupos juveniles en riesgo de la Casa de la Juventud de Ibarra?

SI _____

NO _____

¿Es necesario crear un espacio de comunicación mediática que permita la sensibilización de esta entidad juvenil?

SI _____

NO _____

¿Los medios de comunicación impresos han apoyado la gestión por ustedes desarrolladas en esta entidad?

MUCHO _____
POCO _____
NADA _____

¿Qué medios de comunicación impresa han colaborado con su gestión?

EL NORTE _____
LA HORA _____
EL COMERCIO _____

¿En qué medida las entidades, civiles, eclesiásticas, militares, educativas, entre otras, han apoyado su gestión?

MUCHO _____
POCO _____
NADA _____

¿Cómo financian la labor que desarrollan dentro de esta entidad?

COLABORACIONES _____
FONDOS DEL ESTADO _____
PROYECTOS _____

¿Cree usted que por medio de la difusión efectiva de la información de la Casa de la Juventud de Ibarra se logre la sensibilización de la sociedad ante este grupo social en riesgo?

SI _____
NO _____

¿Considera que la crónica como género periodístico es óptimo para relatar la realidad de este grupo social en riesgo?

SI _____
NO _____

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

Encuesta a Jóvenes de la Casa de la Juventud

Objetivos: Indagar a cerca de la percepción de los jóvenes de la Casa de la Juventud, a cerca de los elementos que determinan su identidad e impacto mediático.

¿Comunicaría usted los avances y proyectos desarrollados por la casa de la Juventud de Ibarra a través de la prensa?

SI _____

NO _____

¿Cómo califica usted la proyección hacia la sociedad del trabajo realizado en esta entidad?

EXCELENTE _____

MUY BUENA _____

BUENA _____

REGULAR _____

¿Cree usted que la sociedad debe ser sensibilizada en cuanto a los grupos juveniles en riesgo?

SI _____

NO _____

¿Considera necesario un espacio en los medios de comunicación para informar a la colectividad sobre lo desarrollado en la Casa de la Juventud de Ibarra?

SI _____

NO _____

¿En qué medio de comunicación impresa le gustaría que informar las actividades desarrolladas en la entidad?

EL NORTE _____
LA HORA _____
EL COMERCIO _____

¿De qué manera le gustaría enterarse de los temas de interés y que le haya causado más impacto?

FOTOGRAFÍA _____
TEXTO _____
VIDEO _____

¿Qué temas se han tratado dentro de los programas de ayuda de la Casa de la Juventud de Ibarra?

ABUSO SEXUAL _____
DROGAS _____
VIOLENCIA INTRAFAMILIAR _____

¿Cómo califica usted el impacto mediático social que genera el centro de los jóvenes en riesgo de la Casa de la Juventud de Ibarra?

POSITIVO
NEGATIVO

¿Qué tan importante es la difusión efectiva de la información a través de la crónica se logre la sensibilización de la colectividad?

MUCHO _____
POCO _____
NADA _____

¿Considera que la crónica como género periodístico es óptimo para relatar la realidad de este grupo social en riesgo?

SI _____

NO _____

Anexo 4 Material Fotográfico



Los miembros de la Casa de la Juventud son solicitados para desarrollar su talento en distintos distritos de esta jurisdicción. En otros cantones, se les permite desarrollar su creatividad en espacios destinados para este fin.

FOTO: DIARIO EL NORTE





Los muchachos disfrutaban de cualquier espacio que las autoridades les permitían llenar de lo que ellos catalogan como, su arte, de esta manera dicen sentirse identificados y contar parte de su historia y demostrar la esencia de su personalidad.

FOTOS: DIARIO EL NORTE



Las fotografías son tomadas de espaldas para no vulnerar los derechos constitucionales y de protección a los adolescentes y menores de edad.

FOTOS: DIARIO EL NORTE



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100241398-5		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Morejón Albuja Graciela Del Carmen		
DIRECCIÓN:	Ibarra, calle Zenón Villacís 1-11 y Sánchez y Cifuentes		
EMAIL:	gracymorejon@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2644464	TELÉFONO MÓVIL	0998008511

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	ESTUDIO DE LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD EN GRUPOS JUVENILES EN RIESGO DE LA CASA DE LA JUVENTUD DE IBARRA, PROPUESTA ALTERNATIVA DE SENSIBILIZACIÓN.
AUTOR (ES):	Morejón Albuja Graciela Del Carmen
FECHA: AAAAMMDD	2016/02/20
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Título de Licenciada en Comunicación Social
ASESOR /DIRECTOR:	Dr. José Revelo

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

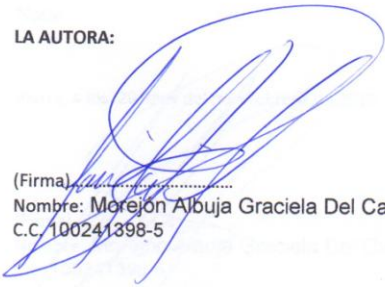
Yo, Morejón Albuja Graciela Del Carmen, con cédula de identidad Nro. 100241398-5, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 20 días del mes febrero de 2016

LA AUTORA:

(Firma) 

Nombre: Morejón Albuja Graciela Del Carmen
C.C. 100241398-5

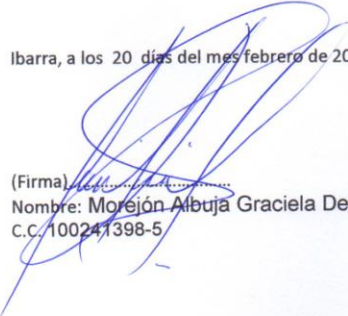


UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Morejón Albuja Graciela Del Carmen, con cédula de identidad Nro. 100241398-5 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado titulado: **ESTUDIO DE LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD EN GRUPOS JUVENILES EN RIESGO DE LA CASA DE LA JUVENTUD DE IBARRA, PROPUESTA ALTERNATIVA DE SENSIBILIZACIÓN** que ha sido desarrollada para optar por el Título de Licenciada en Comunicación Social en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 20 días del mes febrero de 2016

(Firma) 
Nombre: Morejón Albuja Graciela Del Carmen
c.c. 100241398-5