



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“INCIDENCIA DE LOS TITULARES EN EL CONSUMO DE LOS
CONTENIDOS INFORMATIVOS DEL DIARIO EXTRA EN LA
PARROQUIA DE GUAYTACAMA”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de
Licenciada en Comunicación Social.

Autora:

Barrera Ruiz María Belén

Tutor:

Lic. MSc. Falconí Suárez Franklin Eduardo

Latacunga- Ecuador

Febrero 2018

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

“Yo Barrera Ruiz María Belén declaro ser autora del presente proyecto de investigación: **Incidencia de los titulares en el consumo de los contenidos informativos del diario Extra en la parroquia de Guaytacama**”, siendo el Lic. MSc. Falconí Suarez Franklin Eduardo tutor del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

.....

Barrera Ruiz María Belén

050400281-7

AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el título: **“Incidencia de los titulares en el consumo de los contenidos informativos del diario Extra en la parroquia de Guaytacama”**, propuesto por la estudiante **Barrera Ruiz María Belén**, de Comunicación Social, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Académico de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, febrero 2018

El Tutor



Lic. M.Sc. Falconí Suarez Franklin Eduardo

C.I: 180245438-7

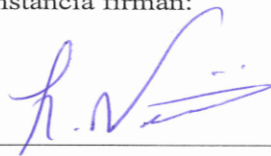
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por Facultad de Ciencias Humanas y Educación.; por cuanto, el o los postulantes: **Barrera Ruiz María Belén**, con el título de Proyecto de Investigación: **“Incidencia de los titulares en el consumo de los contenidos informativos del diario Extra en la parroquia de Guaytacama”**, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación de Proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

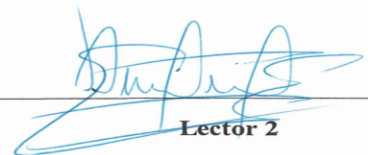
Latacunga, Febrero 2018

Para constancia firman:



Lector 1 (Presidente)

Lic. M.S.c. Ureña López Ricardo Francisco
CC: 1754181699



Lector 2

Lic. M.S.c. Mullo López Alex Hernán
CC: 0501848345



Lector 3

Lic. M.S.c. Torres Miño Cristian Eloy
CC: 0502340490

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento va dirigido a mi Dios todopoderoso, mi escudo y fortaleza, a mis padres por darme la vida, todos sus consejos y su esfuerzo por brindarme lo mejor, a mis queridos hermanos Jonny, Alex, Vane y Liz por estar siempre a mi lado para darme ánimo, a mi amado hijo Axel por ser esa motivación, y como no, a mi adorado esposo William y su familia, por todo el apoyo incondicional para lograr esta meta deseada, y a cada una de las personas que han formado parte de mi vida y han aportado con un granito de arena para que este sueño se haga realidad.

Barrera Ruiz María Belén

DEDICATORIA

Porque desde el primer día que supe que llegabas a este mundo, ya te amaba, porque siempre fuiste mi motivación y mi aliento para luchar por mis sueños y no dejarme vencer por las adversidades de la vida, porque cada día te convertiste en mi más grande dicha, mi vida y constancia eres tu mi amado Axelito.

Barrera Ruiz María Belén

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

TITULO: “Incidencia de los titulares en el consumo de los contenidos informativos del diario Extra en la parroquia de Guaytacama”

Autora: Barrera Ruiz María Belén

RESUMEN

El periódico es considerado, por los lectores, un medio tradicional por su trascendencia y herencia histórica. En el presente proyecto de investigación se hace un análisis para determinar cómo inciden los titulares del diario Extra para el consumo de sus contenidos informativos en la parroquia de Guaytacama. Pues, un titular es considerado el enganche para que el lector consuma noticias. La metodología que se utilizó en este proyecto fue un diseño mixto mediante el enfoque cualitativo y cuantitativo. Es por ello, que se aplicó una encuesta a 15 taxistas de la cooperativa “Las Totoras” de la parroquia de Guaytacama por considerar que grupo son quienes más consumen el diario Extra. Además se realizó entrevistas a profundidad a seis personas de un rango de edad entre 30 a 50 debido a que cada persona tiene un criterio diferente. Finalmente, se realizó una ficha de análisis, con el propósito de estudiar los principales titulares del diario. Los resultados arrojados, mediante este estudio, determinan que los titulares, especialmente los que tratan temas de crónica roja, incitan a la compra del medio. Según la encuesta los titulares exagerados son los que inciden en que los lectores se interesen por el resto de la noticia, mientras más llamativo sean los titulares, más interés causará en la audiencia para su consumo. La población entrevistada manifestó que desiste de consumir este diario porque contiene información exagerada, y tanto titulares como imágenes pueden ser una mala referencia para la educación de los menores de edad. Sin embargo la sociedad lo acepta y lo consume pese a que es considerado un medio sensacionalista. Mediante la ficha de análisis se evidencia que el diario Extra es caracterizado por el sensacionalismo en sus contenidos, pues, presenta títulos con mensajes exagerados, utiliza un lenguaje cotidiano orientado a resaltar la noticia, además el color, tamaño y forma de los titulares están diseñados para captar la atención del lector. En conclusión, los titulares difundidos por el diario Extra, influyen en la adquisición de sus ejemplares, de tal manera, la audiencia se siente atraída por la utilización de la jerga, y el empleo de un vocabulario común.

PALABRAS CLAVE: Medio impreso, titulares, periodismo amarillista.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

THEME: “INCIDENCE OF HEADLINES ON THE CONSUMPTION OF THE INFORMATION CONTENT OF THE EXTRA NEWSPAPER IN THE GUAYTACAMA PARISH”

Author: Barrera Ruiz Maria Belen

ABSTRACT

The newspaper is considered, by readers, a traditional medium for its transcendence and historical heritage. In the research project an analysis is made to determine how the headlines incidence in the Extra newspaper consumption of its informative contents in the parish of Guaytacama. Since, a headline is considered the hook for the reader to consume news. A mixed design methodology was used in this project through the qualitative and quantitative approach. Consequently, a survey was applied to 15 taxi drivers from "Las Totoras" cooperativa of the Guaytacama, parish considering that this group consumes the Extra newspaper the most. In addition, in-depth interviews were conducted with six people from an age range of 30 to 50, because each person has a different criterion. Finally, an analysis sheet was made, with the purpose of studying the main headlines of the newspaper. The results, through this study, determine that the headlines, especially topics such as Cronica Roja, affect the purchase of it. According to the survey, the overdone headlines are the ones that affect readers' interest in the rest of the news, the more striking the headlines, the more interest it will cause in the audience for its consumption. The population interviewed said that they want to consume this newspaper because it contains overdone information, and both headlines and images can be a bad reference for the education of underage. However, society accepts it and consumes it even though it is considered a sensationalist media. Through the analysis card it is evident that the extra is characterized by the sensationalism in its contents, because it presents titles with overdone messages, it uses an everyday language oriented to highlight the news. In addition the color, size and shape of the headlines are designed to capture the reader's attention. In conclusion, the headlines disseminated by the Extra newspaper, influence the acquisition of their copies, in such a way, the audience is attracted by the use of the jargon, and the use of a common vocabulary.

KEYWORDS: Printed media, headlines, amarillista journalism.

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen del Proyecto de Investigación al Idioma Inglés, presentado por la señorita Egresada de la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación : **BARRERA RUIZ MARÍA BELÉN**, cuyo título versa “**INCIDENCIA DE LOS TITULARES EN EL CONSUMO DE LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS DEL DIARIO EXTRA EN LA PARROQUIA DE GUAYTACAMA**”, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Latacunga, Febrero del 2018

Atentamente,



Lic. MSc. Guagchinga Chicaiza Nelson Wilfrido
DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS
C.C. 050324641-5



INDICE

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT.....	viii
1.- INFORMACIÓN GENERAL.....	4
2.- RESUMEN DEL PROYECTO.....	5
3.- JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	5
4.- BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	6
5.- EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	6
6.- OBJETIVOS:.....	8
General.....	8
Específicos	8
7.- ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	9
Sistema de tareas en relación a los objetivos planteados	9
8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA	11
8.1 ANTECEDENTES.....	11
Responsabilidad social de los medios impresos	11
El consumo de medios impresos: “Extra”	12
El lenguaje de la violencia la prensa escrita, los partidos y la iglesia.	13
8.2 MARCO TEÓRICO.....	15
Los medios impresos.....	15
El sensacionalismo en la prensa escrita	16

Los titulares en los medios impresos	19
Contenidos informativos en la prensa escrita	21
Elementos de un titular en la prensa escrita.....	23
Temas de interés en un medio impreso.....	24
Espacios, color y forma de los titulares	26
9. VALIDACION DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS	27
OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	28
10. METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL.....	30
10.1 Marco metodológico	30
10.2 Enfoque	31
10.3 Nivel de investigación.....	32
10.4 Población y muestra	33
10.5 Técnicas de investigación.....	33
10.6 Instrumento de Investigación	34
11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	35
11.1 Interpretación de resultados de la encuesta.....	35
FICHA DE ANALISIS COMPARATIVA	41
ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD	44
El horóscopo, y otras cosas más.....	55
El horóscopo, los cuentos y los crucigramas para llenar.	57
11.1.3 ANALISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD.....	59
12. IMPACTOS:	61
Social:	61
Cultural:	61
13. PRESUPUESTO PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO	62
14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	63
PROPUESTA DEL TECER OBJETIVO ESPECÍFICO	65
ESPECTADORES PASIVOS A ESPECTADORES CRÍTICOS	65
16. ANEXOS	69
ANEXOS DE LA ENCUESTA	69
ANEXOS DE LAS ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD.....	71

PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA A PROFUNDIDAD	72
ENCUESTA SOBRE EL CONSUMO DEL DIARIO IMPRESO EXTRA	74
DATOS DE LA INVESTIGADORA.....	76
DATOS DEL TUTOR	77

1.- INFORMACIÓN GENERAL

Título del proyecto:

Incidencia de los titulares en el consumo de los contenidos informativos del diario Extra en la parroquia Guaytacama.

Fecha de inicio: 3 de abril del 2017

Fecha de finalización: Febrero 2018

Lugar de ejecución: Parroquia Guaytacama, Provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga, zona 3

Área de conocimiento: Área de las Ciencias Sociales.

Facultad que auspicia: Facultad de Ciencia Humanas y Educación

Carrera a la que auspicia: Comunicación Social

Docente encargada de la materia de titulación II: Lic. M.Sc. Jessenia Cabrera

Tutor del proyecto: Lic. M.S.c. Falconí Suárez Franklin Eduardo

Lectores del proyecto:

Lic. M.S.c. Ureña López Ricardo Francisco

Lic. M.S.c. Alex Hernán Mullo López

Lic. M.S.c. Cristian Eloy Torres Miño

Línea de investigación:

Educación, comunicación y diseño gráfico para el desarrollo humano y social.

Sub líneas de investigación de la carrera:

Procesos mediáticos de televisión, radio, medios impresos e internet.

2.- RESUMEN DEL PROYECTO

El periódico es considerado, por los lectores, un medio tradicional por su trascendencia y herencia histórica. En el presente proyecto de investigación se hace un análisis para determinar cómo inciden los titulares del diario Extra para el consumo de sus contenidos informativos en la parroquia de Guaytacama. Pues, un titular es considerado el enganche para que el lector consuma noticias. La metodología que se utilizó en este proyecto fue un diseño mixto mediante el enfoque cualitativo y cuantitativo. Los resultados arrojados, mediante este estudio, determinan que los titulares, especialmente los que tratan temas de crónica roja, incitan a la compra del medio. Mediante la ficha de análisis se evidencia que el diario Extra es caracterizado por el sensacionalismo en sus contenidos, pues, presenta títulos con mensajes subliminales, utiliza un lenguaje cotidiano orientado a resaltar la noticia, además el color, tamaño y forma de los titulares están diseñados para captar la atención del lector. En conclusión, los titulares difundidos por el diario Extra, influyen en la adquisición de sus ejemplares, de tal manera, la audiencia se siente atraída por la utilización de la jerga, y el empleo de un vocabulario común.

3.- JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La comunicación social se caracteriza por brindar un amplio espacio para que los periodistas puedan mostrar sus habilidades y aptitudes en el mundo de la información y por medio de los distintos medios de comunicación.

Los titulares tienen una función indispensable al momento de publicar la noticia, y es el captar la atención del lector, éste debe resumir y anunciar la información que contiene la noticia. Es por ello, que surge la necesidad de estudiar la influencia que ejercen los titulares del diario el Extra en la población de Guaytacama.

La presente investigación es de gran relevancia por su localización, dado que Guaytacama es una parroquia rural de la provincia de Cotopaxi. A su vez, la obtención de información permitirá realizar un análisis crítico que ayudará a entender los motivos por los cuales las unidades de análisis consumen este medio.

El estudio abordará diversos aspectos como identificar los tipos de titulares con los que la muestra se siente identificada. Al mismo tiempo, la indagación servirá de apoyo para nuevas investigación que hagan referencia a medios impresos.

Para concluir, la investigación evidenciará la medida en que los titulares del diario Extra influyen en los Guaytacamenses para su consumo. Sin duda un estudio que permitirá entender la magnitud que ejerce el cuarto poder en la sociedad.

4.- BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

Este proyecto es realizado con la finalidad de conocer el grado de incidencia de los titulares en el consumo de los contenidos informativos del diario Extra, por tal motivo los **beneficiarios directos** de esta investigación son los pobladores de la parroquia Guaytacama.

Por otra parte, los **beneficiarios indirectos** de esta investigación son las familias y el resto de la población cercana a la parroquia Guaytacama.

5.- EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación parte de un análisis sobre el consumo de la prensa amarilla en América Latina. Tal es el caso de México, Argentina y Brasil, en donde se ha discutido el concepto de prensa amarillista, llegando a una sola concepción es así que Macassi menciona que:

La prensa amarilla es la solución perversa que da el mercado y la política a la exclusión de los sectores populares, es la forma a través de la cual adquieren protagonismo y son actores de la épica social, que proviene de los géneros de acción, en desmedro de los géneros melodramáticos históricamente anclados en nuestra cultura. (2002, p.4).

La prensa amarilla también fue analizada en Perú, determinando en primer lugar que en este país se lo conoce como “periodismo chicha” RAE (como se citó en Cappellini, 2014). Lo que se puede apreciar es que este tipo de periodismo se lo considera como una forma de entretenimiento.

Por otro lado, Cappellini explica en su investigación que la prensa amarillista va de la mano con la cultura de las personas, es decir, son las personas las que deciden qué medio impreso comprar para leer. El autor también expresa que su contenido se diferencia del periodismo tradicional sobre todo a su manera de informar los hechos (Cappellini, 2014). Pues, el morbo, exageración y el sensacionalismo son sus principales particularidades.

El diario Extra es un periódico meramente ecuatoriano, que surge desde los años setenta, y desde ese entonces ha sido el diario más vendido a nivel nacional, es considerado un periódico amarillo-sensacionalista. “Los personajes, lugares y lenguajes que discurren en la prensa amarilla pensamos que estamos frente a una prensa pensada para agrandar y responder a las demandas básicas de protagonismos y visibilidad pública de los sectores más populares de las sociedades” (Macassi, 2002, p.4). Este diario es caracterizado por su sensacionalismo e imágenes sin censura que se presentan en crónica roja: accidentes, asesinatos, crímenes, suicidios y homicidios.

Guaytacama es una de las parroquias de carácter rural perteneciente a la provincia de Cotopaxi, cuenta con una población aproximada de 9.668 habitantes. Según el Instituto de Estadísticas y Censos (INEC) en su último censo del año 2010 determinó que los ecuatorianos leen los periódicos en su tiempo libre. Se ha podido apreciar la gran demanda que existe en la parroquia al momento de consumir el diario El Extra, pero aún no se conocen las razones de consumo de este medio impreso, con respecto a ello, Restrepo señala que “el sensacionalismo es una deformación interesada de una noticia, implica manipulación y engaño y por tanto, burla la buena fe del público” (Restrepo, 1994, p.51). Por tal motivo, resulta indispensable conocer las razones de este sector sobre el consumo de este diario.

Los titulares, las imágenes sin censura y el sensacionalismo se han convertido en el arma de venta de la crónica roja hacia su público objetivo. En Perú, las personas que consumen contenidos amarillistas, son del sector urbano. Lo que demuestra que el contexto y la cultura juegan un rol importante, Cappellini menciona que “el perfil del

tipo del lector de los diarios chicha, está relacionado con las clases sociales y el grado de instrucción” (2004, p.32).

Con relación a lo anterior y principalmente al manejo de información la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador, en el artículo 10, que refiere a las normas deontológicas, determina que los contenidos expuestos en los medios deben respetar la reputación y honra de las personas, con el objetivo de prohibir las publicaciones de imágenes sin censura en los apartados principalmente de crónica roja.

Por tal motivo surge la interrogante: ¿Cuál es la Incidencia de los titulares en el consumo de los contenidos informativos del diario Extra en la parroquia de Guaytacama?, ya que el principal problema de esta investigación gira en torno a los titulares amarillistas del diario el extra y su impacto en la sociedad.

6.- OBJETIVOS:

General

Determinar la incidencia de los titulares en el consumo de los contenidos informativos de diario Extra, en la parroquia de Guaytacama.

Específicos

- Determinar los factores que incitan al consumo de contenidos informativos en los lectores.
- Examinar con qué tipo de titulares del diario Extra se identifican los lectores de la parroquia Guaytacama.
- Establecer lineamientos edu-comunicativos para mejorar el consumo de medios impresos en la parroquia Guaytacama.

7.- ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

Sistema de tareas en relación a los objetivos planteados

Objetivo	Actividad	Resultado de la actividad	Técnica e instrumento
Determinar los factores que incitan al consumo de contenidos informativos en los lectores.	Revisión de tesis y artículos científicos para conocer otras perspectivas en cuanto al tema, además de conocer los elementos que incitan a que los lectores consuman los contenidos del diario Extra.	Se aclarará el impacto que tienen los titulares llamativos en la prensa, así como el color, tamaño, estilo y forma del titular.	Ficha de observación
Examinar con qué tipo de titulares del diario Extra se identifican los lectores de la parroquia Guaytacama.	Visitar a los taxistas de la cooperativa “Las Totoras” de la parroquia Guaytacama. Realizar una encuesta para conocer con qué tipo de titulares del diario Extra se identifican los lectores	Conoceremos las razones del por qué los lectores se sienten identificados con ciertos títulos del diario Extra.	Encuesta Entrevista a profundidad

<p>Establecer lineamientos educativos para mejorar el consumo de medios impresos en la parroquia Guaytacama.</p>	<p>Elaborar propuestas educativas y dar a conocer a los taxistas de la cooperativa “Las Totoras” de la parroquia Guaytacama.</p>	<p>La población guaytacamense tendrá otra perspectiva en cuanto al consumo de los medios impresos. (Sensacionalismo, amarillismo, crónica roja, etc.)</p>	<p>Encuesta</p>
--	--	---	-----------------

8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

8.1 ANTECEDENTES

Responsabilidad social de los medios impresos

En el artículo elaborado por Gloria Carrasco (2016) titulado “La responsabilidad social de los medios impresos: estudio comparativo 2013-2014”, la autora expone el rol que los periodistas están obligados a llevar de acuerdo a su ética profesional.

Carrasco se refiere al rol del periodista en la sociedad y cuáles son sus principales características en su labor.

El periodismo, en el marco del fortalecimiento de la democracia, tiene la responsabilidad de proporcionar información veraz y oportuna y, al mismo tiempo, de modelar valores y prácticas fundamentales que sustentan el sistema democrático: transparencia, rendición de cuentas, participación, pluralidad y respeto a los derechos humanos, entre otros. Para ello, este sistema debe desarrollar un periodismo que trascienda la calidad periodística que es su razón primaria de ser y se consustancie con estos valores (Carrasco, 2016, p. 6).

La autora emplea una metodología cualitativa y cuantitativa porque hace una reflexión en cuanto a la responsabilidad que tienen los medios de comunicación para la difusión de sus contenidos informativos, y cuantitativa porque da a conocer cifras exactas desde el año 2013 y 2014 donde los medios impresos han alcanzado algún incremento en la información proporcionada a los lectores.

Carrasco dice que el periodismo debe ser un ente donde las personas de los sectores vulnerables tengan acceso a los medios tradicionales, y que los periodistas sean la voz de aquellos que no tienen voz “debe ser capaz de constituirse en un espacio para la identificación y deliberación de los asuntos que afectan a los ciudadanos y a las instituciones que deben ser garantes de la democracia, incluidos los propios medios de comunicación” (Carrasco, 2016, p. 6).

La autora llega a la conclusión de que se debe realizar un análisis de debilidades y oportunidades para el modelaje de la transparencia y rendición de cuentas, así como en el fomento de la participación y la definición proactiva de agendas propias de incidencia social en la construcción de ciudadanía.

El consumo de medios impresos: “Extra”

En el artículo elaborado por Darwin Morillo (2013) titulado “El consumo de diario: Extra” en los conductores de la cooperativa de buses urbanos Pichincha y su incidencia en sus expresiones cotidianas”, el autor expone por qué Pichincha es la población que usualmente consumen el diario Extra.

Esta investigación está orientada a examinar las causas que originan el consumo de este medio y las expresiones cotidianas que adquiere la sociedad en cuanto a la lectura de este medio impreso.

Según Morillo menciona que la prensa sensacionalista (Extra) posee una gran aceptación por parte de la población de Pichincha. Los medios de comunicación impresa, denominados sensacionalistas, cada vez llegan a un mayor número de lectores urbanos como rurales, utilizando un concepto que utiliza las tragedias sociales como vía para incrementar su escala comercial (Morillo, 2013, p.5).

Las personas tienen todo el derecho de leer cualquier medio que les interese, ya sea por su calidad, costo, información brindada, entre otros, siempre y cuando estos satisfagan los gustos de la audiencia, sin embargo, las personas adquieren diferente jerga según adquieran en los medios de comunicación, en el hogar, en la escuela, ciudad, etc. y esas son sus expresiones cotidianas con las que se identifican.

La metodología utilizada por Morillo es la cualitativa porque recurrió a entrevistas y grupos focales hacia los conductores de la cooperativa de buses urbanos Pichincha, de esta forma llegó a la conclusión de que “Las expresiones de consumo están mediadas por la información que Extra produce desde las culturas populares, como parte de una estrategia de venta direccionada a promover el consumo desde escenarios que recrean el entorno social de los conductores. Menos información, más imagen son el

elemento determinante del consumo, además permite a la cultura popular crear espacios de identidad donde puedan interactuar en dimensión de sus realidades. Esta identidad se renueva en cada contenido que los involucra de forma directa o indirecta, lo que da paso a nuevas formas de relación e identificación popular. (Morillo, 2013, p. 91).

El lenguaje de la violencia la prensa escrita, los partidos y la iglesia.

En el artículo elaborado por Cruz Pérez (2004) titulado “El lenguaje de la violencia la prensa escrita, los Partidos y la iglesia. Medellín, 1950” plantea una definición de la historia de cómo la prensa escrita utilizaba sus recursos para calumniar a los opositores políticos, “los periódicos que circulaban en la ciudad eran medios de difusión de la ideología de los partidos hegemónicos y era común encontrar el uso de una estrategia discursiva como la difamación” (Pérez, 2004, p: 8).

Según Pérez “Esta aproximación permite pensar en los agenciamientos discursivos de la prensa escrita, que antes de ser estructurados por el lenguaje o como un lenguaje, sus contenidos están estructurados por una multitud de niveles micropolíticos” (Pérez, 2004, p: 10).

En este aspecto los medios tradicionales anteriormente utilizaban la prensa para dar a conocer acontecimientos políticos, el pueblo no tenía una voz oficial debido a que si alguien se revelaba en contra del gobierno, pues eran mandados a matar.

De esta manera, el Semanario 9 de Abril se empeña en diferenciar y construir fronteras entre liberales y conservadores, en delimitar un adentro y un afuera, un mundo de buenos y un mundo de malos. En este sentido, el partido define una identidad que opera desde una lógica de inclusión y exclusión; el lenguaje de la pertenencia no sólo construye una esencia, sino que también moviliza un dispositivo simbólico que arma las fronteras (Pérez, 2014, p. 14).

La metodología empleada por la autora es la cualitativa porque da a conocer cómo la prensa escrita utilizaba un lenguaje violento en contra de algún partido político, religión o cultura, se empleaba la exclusión, discriminación, entre otros, lo que

permite analizar que los medios tradicionales contemporáneos no utilizaban los principios periodísticos. Actualmente ya no es posible que algo así suceda porque existe una ley de comunicación que regula y hace respetar los principios y ética periodística.

8.2 MARCO TEÓRICO

Los medios impresos

Los medios de comunicación forman un ente positivo en cuanto a la comunicación, especialmente los medios impresos son considerados por los lectores el medio tradicional más veraz, posiblemente por su trascendencia y herencia histórica

Con el inicio de la imprenta creada por Johannes Gutenberg (1450), marcó la primicia de lo que se define actualmente como comunicación masiva, en el siglo V los chinos utilizaban un novedoso sistema denominado xilografía que servía para imprimir.

Mora explica sobre el proceso inicial de los medios impresos:

El proceso de impresión, que no había cambiado por siglos, era individual. Se preparaba las planchas con los textos levantados en tipos de diversas fuentes, se las colocaba en la prensa plana horizontal, se la entintaba y se introducía el papel página por página para su impresión, que se hacía presionando con fuerza el instrumento. Previamente se hacía una “prueba” para corregir los errores tipográficos. Se repetía la operación para imprimir el otro lado y luego se doblaba manualmente (2012, p. 10).

La comunicación es indispensable para poder comprender a las personas, es por ello que el ser humano desde sus inicios tuvo la necesidad de comunicarse e informar de alguna manera los sucesos, sentimientos, y opiniones en cuanto a algún determinado tema.

En el paper universitario de la Universidad Andina Simón Bolívar elaborado por Mora, (2012), titulado “La prensa en la historia del Ecuador: Una breve visión general”. Su finalidad es dar a conocer los inicios de los medios impresos en el Ecuador, y la importancia que ha generado para la difusión de contenidos informativos.

Mora manifiesta que el primer periódico ecuatoriano fue un gran avance para la nación y para el surgimiento de los medios impresos en aquella época.

Primicias se imprimió en Quito por el tipógrafo Salazar. Tenía un formato pequeño de un cuarto, con un promedio de dieciséis páginas. Anunció que aparecería cada quince días. El periódico, obviamente, no estaba destinado a divulgar noticias que podían conocerse de un día para otro, sino a publicar textos de opinión, destinados a fomentar los intereses locales y a promover tesis (Mora, 2012, p. 5).

El surgimiento de los medios impresos en el Ecuador contribuyó al desarrollo de la información y difusión de contenidos, especialmente en las grandes ciudades del país como Guayaquil, Quito, Cuenca, etc.

En la actualidad los medios impresos son considerados como los medios de comunicación masivos, estos son asociados con la impresión ya sea en revistas, periódicos, volantes, libros, entre otros.

Los medios impresos poseen hechos relevantes y muy ricos en contenido para el lector, de esta manera aporta conocimiento en las expresiones cotidianas de las personas.

El sensacionalismo en la prensa escrita

El sensacionalismo como su nombre lo indica, se refiere a buscar sensación de algo o alguien, causa sentimientos y emociones en quienes lo miran. El sensacionalismo propiamente dicho, inicia a mediados del siglo XIX en los Estados Unidos, sus autores fueron William Randolph Hearst y Joseph Pulitzer, estos dos personajes eran dueños de medios impresos como New York Journal y New York World.

Posteriormente estos medios de comunicación surgieron a medida de que la audiencia era cada vez mayor, de esta manera los propietarios de los medios de comunicación empezaron a valerse de todos los recursos para hacer noticias de género dramático, violento y trágico; de esta manera es como inicia la época sensacionalista en la prensa escrita.

Según Torrico define al sensacionalismo desde los efectos de la percepción.

Torrico Villanueva, 2002 (como se citó en Estrada Sofía, 2015) señala que:

Es la modalidad periodística que busca generar sensaciones no raciocinios con la información noticiosa, tomando en consideración que una sensación es una impresión que se produce en el ánimo de las personas al impactar sus sentidos y sistema nervioso con algún estímulo externo. Los fines de tal modalidad son económico-comerciales o económico-políticos. (Torrico Villanueva, 2002, p. 7).

El sensacionalismo se origina en el inconsciente de las personas, de tal forma que nuestro sistema inmunológico reacciona ante algún hecho u acontecimiento, y causa impresión. Un claro ejemplo es cuando una persona mira una escena de crimen, inmediatamente reacciona de manera inconsciente, puede notarse en sus rostro, en sus gestos, etc.

El sensacionalismo en el periodismo se puede plantear una definición tomando como base las funciones del periodista que son: informa, interpretar, orientar, entretener y persuadir, con estos principales elementos y el sensacionalismo propiamente dicho se puede influir en la opinión pública, sin embargo cuando la noticia sea veraz y apegada a la ética profesional no existiría tal manipulación o distorsión de la información.

Los periodistas tienen toda la libertad de redactar noticias relevantes que atraigan y produzcan sentimientos en los lectores, para así obtener rating en sus ventas, en la actualidad los medios impresos, especialmente Extra, utiliza el sensacionalismo en los titulares porque influyen a que el lector sienta atracción por leer el titular que es llamativo, y posteriormente termine interesándose por el resto de la noticia.

Según Gargurevich, menciona que:

El sensacionalismo implica entonces una deformación y manipulación interesada de la noticia, su “especulación”, sin importar que resulte escandalosa, morbosa, espantosa o indiscreta. Ese comportamiento comunicativo de exageración es tanto de carácter cuantitativo como cualitativo, es decir, de forma (grandes caracteres tipográficos, profusión de fotografías y dibujos, mucho color) como de contenido (demasiados

detalles y redundancias, en un estilo casi novelístico y melodramático). Muchas veces, provoca la noticia si no la hay. (Gargurevich, 2001, p. 9).

El diario Extra ha llegado a formar parte de la cotidianidad de las personas que viven en la parroquia de Guaytacama porque la comunicación es una necesidad del ser humano y en este medio existe sensacionalismo en los titulares con el fin de persuadir a su audiencia. Cabe mencionar que el periodismo sensacionalista no es dañino para los consumistas, pero mediante este medio se adquiere morbo y se lo naturaliza, porque en la mayor parte de titulares existen hechos sobre asesinatos, crimen, dolor, casos judiciales, entre otros.

Para Gargurevich el sensacionalismo posee lo siguiente:

- Los medios de comunicación sensacionalistas ofrecen un tratamiento clásico sensacionalista de grandes titulares.
- Proporciona un escape espiritual para lectores sin madurez o educación.
- Proporciona una fuga hacia el mundo de la aventura a personas cuya vida es aburrida (Gargurevich, 2001. p, 37-38).

Por otra parte el autor Javier Darío Restrepo (1994, p.51) (citado por Saad Saad Anuar, en su artículo titulado el sensacionalismo o la insurrección de masas) menciona que, “El sensacionalismo es una deformación interesada de una noticia, implica manipulación y engaño y por tanto, burla la buena fe del público”.

En la actualidad se está originando una expansión del sensacionalismo dentro de los medios impresos, cabe mencionar que estos diarios poseen una gran acogida por parte de los lectores, a la vez no solo se muestra en el diario Extra sino también en aquellos diarios convencionales que utilizan esta estrategia para alcanzar rating en sus ventas y popularidad del medio.

Los titulares en los medios impresos

Los titulares llamativos son los que inciden a que los lectores se interesen por el resto de las noticias, mientras más llamativo sean los titulares, más interés causará en la audiencia para su consumo, los medios de comunicación impresos, especialmente Extra, se caracteriza por presentar títulos con mensajes exagerados, muchas veces utilizan un estilo diferente para resaltar la noticia, además del color, tamaño y forma de los titulares.

Antonio López Hidalgo, (citado por Rubio Emerson, 2014, p.8) “Un titular es una parte fundamental en la noticia, Hay lectores que solo se sienten atraídos por los títulos, y no por el contenido. Pero, sin la noticia y su extracto sería imposible construir un titular” describe Antonio López Hidalgo, en su libro El titular, manual de titulación periodística.

Por otra parte en el artículo elaborado por Saad, (2011), titulado “El sensacionalismo o la insurrección de las masas” plantea una serie de hipótesis en cuanto a los titulares en los medios impresos.

Según Saad, explica cómo los titulares son el principal elemento de los medios impresos.

El primer golpe de vista que da un lector a un periódico, recae sobre el titular. Por ello, y especialmente en la prensa amarilla, estos son desvirtuados en su objetividad y manipulados para que luzcan más sensacionales distorsionando la realidad verdadera (Saad, 2014, p. 11).

Al momento de leer una sola palabra de un titular, sabremos si la noticia es relevante o no, diversos medios de comunicación, especialmente el diario Extra utiliza títulos que enganchan desde el primer vistazo que se da, además de ello posee un toque sensacionalista porque emplea palabras con lenguaje coloquial y fácil de entender.

Hasta finales del siglo XIX, con la aparición de la prensa amarilla, se produjo un complemento con el juego de palabras en los titulares, donde las imágenes iban de acuerdo al título de la noticia.

Según Saad, menciona que “Los titulares jamás pueden contribuir a la desinformación, convertirse en armas moralizantes o moralizadoras, ni pueden ser propagandísticos para buscar adeptos a causas diferentes que a la información misma, porque tampoco en el periodismo el fin justifica los medios” (Saad, 2012, p. 11).

La autora utiliza una metodología cualitativa, y de esta forma da a conocer el nivel de consecuencias que dota la prensa popular en los lectores. Saad manifiesta que los titulares conjuntamente con el color incitan para que la prensa llame la atención de las personas, utilizando titulares con un contenido que afecta la dignidad de las personas “Hoy, la mal llamada prensa popular, que no es más que tabloides que se exacerban en mostrar hechos de sangre con llamativas fotos a color y titulares que afectan la dignidad de las víctimas y sus familiares” (Saad, 2012, p.4).

Los titulares que presentan exageración en los hechos, son considerados por la autora como irrespeto a la honra de las personas.

Saad, los titulares poseen gran importancia para transmitir información en los medios impresos y por ello que señala su criterio al respecto:

- Los titulares de informaciones deben manejarse dentro de los cánones profesionales y éticos de la noticia, mucho más si en ellos están vinculados personajes del común o de la vida pública.
- Interpretar la prensa sensacionalista como el producto de una sociedad morbosa, como un medio que se alimenta de la tragedia y los bajos instintos humanos, como un escueto producto comercial, es lo más frecuente. (Saad, 2012, p. 11).
- Desde sus inicios y a partir de diferentes ámbitos se han proferido críticas y rechazos hacía este tipo de periodismo. Se le considera "subjetivo", oportunista, falto de ética, racista, machista, carente de veracidad y credibilidad, entre otros apelativos. (Saad, 2012, p. 12).

- En esta loca carrera por la inmediatez, el rating, ganar más lectores y dar primero la noticia, es el ciudadano del común al que a diario se le violan derechos fundamentales y aunque las regulaciones están escritas en los Códigos de Ética de los periodistas y con criterios existentes sentados por los tribunales de justicia en todo el continente, la mal llamada “prensa popular” sigue lucrando con el dolor ajeno. (Saad, 2012, p.15).

Por otra parte Rubio Emerson (cita a López Hidalgo) "El título periodístico moderno condensa el contenido dominante en una información y sirve a su vez para atraer la atención al lector. En ese sentido, debe ser concreto, inequívoco y sugerente. El contenido del título debe apoyarse fundamentalmente en los elementos del lead (sumilla) si se trata de una noticia, y nunca debe tratar de aspectos secundarios de la información, ni de cuestiones, que no figuran en el texto de la noticia", (López Hidalgo, 2009, p.20).

Contenidos informativos en la prensa escrita

En esta parte nos vamos a referir en cómo los medios impresos desempeñan los diversos géneros periodísticos a través de la noticia, crónica, reportaje, entre otros, pero ¿Cuáles son los contenidos informativos que presenta la prensa escrita? En el artículo elaborado por Pastora Moreno (2000), titulado “Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional”, la autora expone el rol que desempeñan los medios impresos en cuanto a los géneros periodísticos.

Según Moreno señala que:

El periodismo, como método de interpretación de la realidad social, si sirve de géneros periodísticos que cumplen diferentes funciones para responder a las necesidades sociales. Dentro de las necesidades informativas de los receptores de un medio, la función de la noticia puede distinguirse perfectamente de la del reportaje, la crónica o de la de todos los géneros de opinión (Moreno, 2000, p.2).

Los profesionales de la comunicación utilizan las diferentes herramientas periodísticas para interpretar algún acontecimiento, brindan realce al momento de redactar. Los géneros periodísticos en la prensa se clasifican en tres grupos. 1. Informativo (noticia, entrevista, crónica y reportaje) 2. Opinión (artículo editorial,

comentario, columna y crítica periodística), 3. Interpretativo (crónica, entrevista). Cabe destacar que cada uno de los géneros periodísticos posee sus características y formas de redacción.

Según Moreno, “los periódicos ofrecen una serie de ventajas de importancia sobre los medios audiovisuales, como la interpretación de los hechos y la explicación de las causas, antecedentes y consecuencias que puedan derivarse.” (2000, p. 4).

Los contenidos informativos en la prensa escrita poseen datos más específicos, es decir, son más detallados, sin embargo, en la actualidad los contenidos en la prensa son considerados como sexistas, violentos y discriminatorios por sus contenidos tergiversados.

La metodología empleada por la autora es la cualitativa y cuantitativa, porque utiliza entrevistas para conocer el aspecto y contenidos informativos en la prensa, mientras que en el método cuantitativo recurrió a cuatro medios internacionales como: El País, ABC, El Mundo y La Vanguardia.

La conclusión a la que llega Mora respecto a su análisis es que los géneros periodísticos están presentes en todos los medios impresos; sin embargo, los más utilizados son la noticia y el reportaje.

El género menos utilizado parece ser la entrevista y se encuentran muy pocas durante el período analizado. Esto tal vez se deba a lo poco accesibles que son algunas personalidades importantes del panorama internacional, lo cual se contrapone a la facilidad que supone transcribir sus declaraciones conseguidas en conferencias de prensa y transmitidas por las agencias de noticias (Moreno, 2000, p. 22).

A mi consideración concuerdo con la autora porque los géneros periodísticos más utilizados en la prensa ecuatoriana, especialmente en el diario Extra que es el objeto de estudio, es la noticia; donde se desglosa el lead, cuerpo y cierre, además de ello la estructura de la noticia es redactada en forma de una pirámide invertida, ya que dan a conocer los hechos menos relevantes y concluyen con lo impactante de la noticia, de

esta forma el lector termina leyendo todo el contenido que es el objetivo del medio de comunicación.

Elementos de un titular en la prensa escrita

Un titular en una nota periodística es la esencia y ese plus para anunciar la relevancia del resto de la noticia, a la vez se trata del convencimiento que el titular produce en las personas para persuadir y convencer, de esta manera el lector interpreta a primera vista su propia información en cuanto lee el titular. En la tesis de grado elaborado por Rubio Emerson (2014), titulada “Análisis de la titulación del diario Extra como generadora de ingresos para el diario y su efecto e impacto en el sensacionalismo de este medio”, el autor expone la importancia de los elementos de un titular para generar una duda del tema que se va a tratar en esa noticia.

El titular es para el público de los medios como la carnada para el pez, en la que el lector se alimenta de información y la decodifica, por lo tanto este se caracteriza por poseer varios elementos.

TABLA 1

ELEMENTOS DE UN TITULAR	CARACTERÍSTICAS
Encabezado	Aquí se sitúa los elementos de presentación de un hecho.
Cintillo	Sirve para vincular distinta información relacionada entre sí, a la vez ordena las páginas del periódico.
Antetítulo	Emplea más palabras y un tamaño menor de letra que el título, mismo que detalla datos importantes que no aparecen en el título.
Epígrafe	Sirve para identificar geográficamente

	una sección.
El flash	Se utiliza en la cabecera de la página únicamente para los grandes temas informativos que abren las primeras páginas de la sección.
La ficha técnica	Datos que encabezan críticas
Intertítulo	Son pequeños títulos que se ubican dentro de una columna de texto, además se utilizan para dividir una información extensa, en otras más reducidas.

Fuente: (Antonio López Hidalgo, citado por Rubio Emerson, 2014)

Es importante señalar que los elementos de un titular son imprescindibles para dar a conocer toda la nota, de esta forma se utilizan la contrastación, contextualización y la relevancia que son significativas en los géneros periodísticos. Es por ello que un titular y todos sus elementos deben contener expresiones creativas para despertar curiosidad en el lector.

Temas de interés en un medio impreso

Si bien es cierto, la audiencia es quien decide qué periódico comprar para leer, en el artículo elaborado por Marañón, Moncada, Pinedo, y Ugalde (2002) titulado “Consumo cultural de periódicos de crónica roja en la ciudad de La Paz, casos: Gente y Extra”, las autoras señalan que la mayor parte de personas prefieren temas que aborden sobre crónica roja.

La crónica roja se relaciona con acontecimientos violentos, delictivos, sangrientos, etc., y se caracteriza por utilizar un lenguaje coloquial que va de la mano fotografías explícitas con colores de una tonalidad fuerte. Es por ello que se la relaciona con el sensacionalismo, porque de esta manera el sensacionalismo como su nombre lo indica, tienen por objetivo causar sensaciones o emociones en la audiencia, mientras

que la jerga utilizada se identifica con el habla de las personas que son parte de un determinado grupo social.

Los diarios leídos forman parte de la vida cotidiana de las personas y son una fuente de socialización para los lectores, de tal manera, la información receptada es comentada en sus hogares, lugares de trabajo, centros de estudio, etc.

Según Marañón, Moncada, Pinedo, y Ugalde, señalan que:

Otra gran parte de los entrevistados declaró su preferencia por la crónica roja, es decir, por el contenido que le pueden ofrecer sus páginas. Este criterio es compartido con el anterior, ya que la mayoría de los entrevistados opina que lee estos periódicos porque son “baratos” y “porque te ofrecen cosas que no vas a encontrar en otros periódicos. (Marañón et. al 2002, p.5).

El receptor es un ente activo e interpreta su punto de vista frente al tema que le atrajo para su respectivo consumo.

Según Marañón et. al (2002). “Las nuevas concepciones comunicacionales apuntan a un giro en la visión de los efectos de los medios de comunicación en la audiencia, a una teoría de recepción de mensaje con todas sus particularidades” (Marañón et. al. 2002, p.2).

Los medios impresos, especialmente los de “crónica roja”, son vistos por sus consumidores como fuente de mensajes que les puede ayudar en su cotidiano vivir. De esta manera, obtienen una apropiación educativa del mismo.

Seguramente, las diversas características en relación al contenido, jerga utilizada, espacio, color y forma del titular, colores e imágenes impactantes, puedan establecer las preferencias de consumo de estos medios sensacionalistas. Desde luego, en la actualidad se estima la curiosidad visual y la ansiedad que producen nuestros sentidos al mirar algún hecho impactante o sangriento.

Espacios, color y forma de los titulares

Los titulares en un medio impreso son muy importantes porque a primera vista se anuncia y resumen las noticias, depende de éstos para que el lector sienta interés en leer el resto de la noticia, sin duda un titular tiene por objetivo dar a conocer al lector los hechos ocurridos, y engancharlo con una frase atrayente, pero ¿De qué manera los medios impresos utilizan los espacios, color y forma en los titulares? En la investigación realizada por Emerson Rubio (2014) de la Universidad Tecnológica Equinoccial, se basó en el tema central “Análisis de la titulación del diario Extra como generadora de ingresos para el diario y su efecto e impacto en el sensacionalismo de este medio”

Esta investigación se orienta a examinar la estructura y diseño de los titulares del diario Extra.

Según Rubio señala que:

Es importante que los titulares se clasifiquen distinguiendo la función de las palabras que los constituyen. En ese sentido, también tomando en cuenta la relación de los textos a los que acompañan. Desde ese punto, la función del titular es netamente identificadora, que no solo son frases llamativas, sino también juegos de palabras o expresiones creativas o no, pero impactantes (Rubio 2014, p.32).

El diario Extra se caracteriza por presentar un antetítulo, título y sumario, particularmente en la portada, donde resalta los colores vivos, conjuntamente con el tamaño y forma de la letra. Actualmente la sociedad en general formamos parte de una cultura visual preponderante, donde sobresale la cosmovisión de que “los gustos entran por los ojos”, es por ello que la mayor parte de personas prefieren diarios a full color.

La metodología empleada por Rubio es la cualitativa y cuantitativa, porque da a conocer detalladamente las características de los titulares que presenta el diario Extra,

mientras que la cuantitativa realizó una encuesta en la que pretende examinar el número de ejemplares vendidos que aumenta o disminuye cuando la noticia es interesante (sensacionalista).

Según Rubio “Para el editor encargado, es importante saber competir con los demás medios, usando los titulares y expresando el mismo lenguaje de la gente. Cómo habla el vecino, la señora de la esquina y contando la verdad” (Rubio 2014, p. 41).

Rubio explica sobre la utilización de los titulares del diario el Extra:

La titulación de diario EXTRA es una fuente esencial para generar ingresos al medio de comunicación. Desde sus inicios el titular fue catalogado de una manera publicitaria con el objetivo de buscar beneficios económicos. Cuando los medios de comunicación comenzaron a posicionarse como empresas, los propietarios buscaron la forma de llamar la atención, es por ello que en un principio los títulos eran gritados por quienes comercializaban el periódico para que la gente pueda enterarse de lo que estaba pasando y compre el ejemplar. (Rubio, 2014, p. 107).

9. VALIDACION DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS

- ¿Cómo se define conceptualmente el impacto de los titulares en los medios impresos?
- ¿Con que tipo de titulares del diario Extra se identifican los lectores de la parroquia Guaytacama?
- ¿La población de Guaytacama estaría dispuesta a recibir charlas educacionales en cuanto al consumo de medios impresos?

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
 FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN
 COMUNICACIÓN SOCIAL



OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA	INSTRUMENTO
TITULARES DE MEDIOS IMPRESOS	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia frente a otros medios impresos. • Lenguaje utilizado. • Relación del titular con el contenido. 	<ul style="list-style-type: none"> • Definición de titulares de portada. (Cobertura de la misma noticia, pero le dieron otro plus) • Jerga. • Estructura gramatical. • Correspondencia entre el titular y el desarrollo de la 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación estructurada. • Observación estructurada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ficha de observación.

	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño gráfico y ubicación. 	<p>noticia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tamaño • Color • Ubicación en la página. 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación estructurada 	
CONSUMO DE CONTENIDOS INFORMATIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Caracterización de los consumidores de acuerdo a rasgos comunes de identidad. • Usos que hacen los Consumidores. • Temas de interés general. 	<ul style="list-style-type: none"> • Edad, • Sexo, • Condición Socioeconómica • Nivel de escolaridad • Lectura personal. • Lectura para pasajeros. • La temática se refiere a aspectos que los podría afectar de manera directa. • La temática le gusta y le entretiene. 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Entrevistas a profundidad. 	<p>Cuestionario.</p> <p>Cuestionario</p>

10. METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL

La investigación es un proceso minucioso que se lleva a cabo en cualquier ámbito para la solución de interrogantes, definiendo el objetivo central del estudio, para ello surgen cuatro ideas principales, como es el proceso, el problema, la planificación y la finalidad, sin embargo la investigación científica se caracteriza por buscar un conocimiento cada vez más general, amplio y profundo de la realidad; los datos obtenidos deben ser contrastados y verificados, producto de los métodos aplicados en el transcurso de la misma, y contrastados con la realidad (Cazau, 2006).

Ander-Egg (como se citó Cazau, 2006) la investigación científica es “un procedimiento reflexivo, sistemático, controlado y crítico que tiene por finalidad descubrir o interpretar los hechos y los fenómenos, relaciones y leyes de un determinado ámbito de la realidad”.

10.1 Marco metodológico

En esta investigación el marco metodológico servirá como guía para encontrar soluciones al problema a través de la práctica, al mismo tiempo fortaleciéndose con el marco teórico analizado con anterioridad.

El marco metodológico es un grupo de acciones o procesos que se realizan en un proyecto de investigación con el fin de obtener resultados exitosos, según Arias, el marco metodológico es el “Conjunto de pasos, técnicas y procedimientos que se emplean para formular y resolver problemas” (Arias, 2006, p.16).

Aquí se pone a prueba la hipótesis o las preguntas científicas realizadas al inicio de la investigación. Del mismo modo en esta parte del proyecto se debe tener en cuenta todos los factores que inciden en el problema central. “Es por aquel motivo que el marco metodológico nos contextualiza profundamente en el problema, no sólo por parte teórica sino también práctica, viendo la forma de estudiar los diversos factores que afectan al problema” (Sabino, 1992, p. 61).

10.2 Enfoque

El enfoque que se emplea en esta investigación es mixto, es decir cualitativo y cuantitativo, según Taylor y Bogdan mencionan que “la frase metodología cualitativa se refiere en su más amplio sentido a la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable” (Taylor y Bogdan, 2000, p.7).

Ray (como se citó en Taylor; Bogdan, 2000) señala que en la metodología cualitativa el investigador mira a los escenarios y a las personas de una manera holística, por tal motivo no deben ser considerados como variables, sino como una totalidad. Del mismo modo debe analizar el contexto desde su pasado hasta la actualidad para lograr estudiar el problema.

Rubio (como se citó en Corbetta, 2007, p.301) la metodología cuantitativa “Es un proceso dinámico que une problemas, teorías y métodos por consiguiente el proceso de investigación no es una sucesión bien definida de procedimientos con un diseño claro, sino una interacción imprecisa entre el mundo conceptual y el empírico, donde la deducción y la inducción son simultáneas”.

Cualitativo: se realizará entrevistas a un grupo de pobladores de Guaytacama y se buscará datos más específicos a través de lo que manifiesten, además de definir las particularidades que posee este medio de comunicación para que sea uno de los periódicos más consumidos en la parroquia de Guaytacama.

Cuantitativo: se realizará una encuesta a 15 personas que laboran en la cooperativa de taxis "Las Totoras" formulada con seis preguntas, donde se dé a conocer ¿Por qué prefieren consumir el diario Extra, y de qué manera los titulares influyen en su percepción?, de tal forma que el encuestado lee cada una de las preguntas y responde según su espontaneidad, en este aspecto se abordará datos estadísticos sobre la forma

en que inciden los titulares en el consumo de los contenidos informativos de este periódico, de esta forma se podrá tabular cada una de las preguntas planteadas.

10.3 Nivel de investigación

El nivel o tipo de investigación del proyecto es exploratorio porque se sondeará un problema poco analizado, y con ello se descubrirá la evolución de las temáticas sobre la incidencia de los titulares en el consumo informativo del diario Extra en la parroquia Guaytacama, y a su vez si esta parroquia se siente identificada con el tipo de contenidos publicados.

Para Cazau una investigación exploratoria posee metas en el proyecto:

El objetivo de una investigación exploratoria es, como su nombre lo indica, examinar o explorar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado nunca antes. Por lo tanto, sirve para familiarizarse con fenómenos relativamente desconocidos, poco estudiados o novedosos, permitiendo identificar conceptos o variables promisorias, e incluso identificar relaciones potenciales entre ellas. Además tiene otros objetivos secundarios, que pueden ser familiarizarse con un tema, aclarar conceptos, o establecer preferencias para posteriores investigaciones. (Cazau, 2006, p. 26).

De igual forma se toma en cuenta el nivel descriptivo porque se caracteriza a un grupo de taxis denominada “Las totoras”, sus testimonios son de gran valor y aporte cualitativo en el proyecto, de esta manera se descubrirá nuevas expectativas.

En un estudio descriptivo se seleccionan una serie de cuestiones, conceptos o variables y se mide cada una de ellas independientemente de las otras, con el fin, precisamente, de describirlas. Estos estudios buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno. (Cazau, 2006, p. 27).

10.4 Población y muestra

La presente investigación ubica como población estudiada a la parroquia Guaytacama, en donde el sector de los taxistas es el que más habitualmente consume el diario Extra. Desde el enfoque cualitativo, se utiliza la perspectiva de muestreo no probabilístico, en el que según Pineda 2004, "también es conocido como muestreo por conveniencia, no es aleatorio, razón por la que se desconoce la probabilidad de selección de cada unidad o elemento de la población" (Pineda citado por López, 2004, p. 5).

Se seleccionó como muestra a los taxistas que conforman la cooperativa "Las totoras", por ser la más representativa del sector. Son 15 personas, en su mayor parte de sexo masculino, de entre 25 a 40 años de edad.

10.5 Técnicas de investigación

Las técnicas que se utilizaron para recabar la información parten del enfoque cuali-cuantitativo. Así, se aplicó la observación estructurada para identificar las características que tienen los titulares del diario Extra y que podrían influir en el consumo de este medio de comunicación en los taxistas de la cooperativa "Las Totoras". Las dimensiones observadas fueron: el nivel de sensacionalismo en el titular, en relación a la misma noticia en otros medios; la estructura gramatical y el lenguaje usado, destinado a llamar la atención; la correspondencia entre el titular y el desarrollo de la noticia. Y en los aspectos formales: el tamaño, color y ubicación del titular en la página.

Además se aplicó un sondeo entre los 15 taxistas, para determinar características generales, como la edad, sexo, nivel de escolaridad, estabilidad en el empleo de los taxistas, así como el uso que le dan al periódico y de qué manera lo adquieren. Esto permitió formarse una idea sobre el perfil del consumidor de este tipo de medio de comunicación.

Finalmente, se aplicaron seis entrevistas a profundidad a taxistas de sexo masculino y femenino, considerando rangos de edad, para contar con información lo más amplia y representativa posible del sector investigado.

10.6 Instrumento de Investigación

Los instrumentos que se diseñaron fueron: una ficha de observación, en la que constan las dimensiones a ser estudiadas, en el diario Extra, durante una semana, con una escala de valoración que va entre mucho, poco, algo y nada. Un cuestionario en el que, a través de seis preguntas, se recoge información cuantitativa sobre las características de los lectores del diario. Y finalmente una guía de preguntas para las entrevistas a profundidad, en la que se busca identificar las razones que los taxistas esgrimen para el consumo del diario Extra.

11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

11.1 Interpretación de resultados de la encuesta

A continuación se presentan las tabulaciones de la encuesta formulada a los señores conductores de la cooperativa de taxis “Las Totoras” de la parroquia Guaytacama, de manera que se responde al segundo objetivo específico de esta investigación.

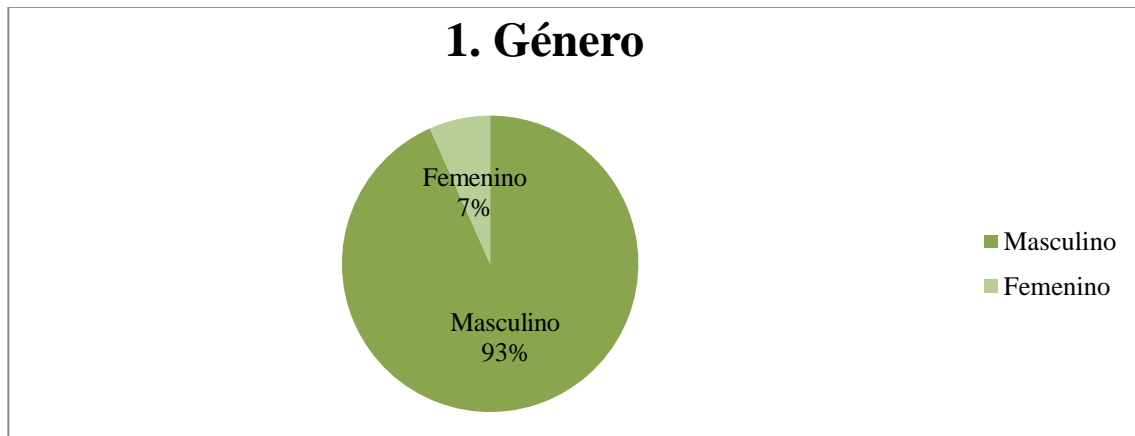
Pregunta 1. Género:

Tabla 1:

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Masculino	14	93%
Femenino	1	7%
Total	15	100%

Fuente: Cooperativa de taxis “Las Totoras” Guaytacama

Elaboración propia



Fuente: Cooperativa de taxis “Las Totoras” Guaytacama

Elaboración propia

Análisis e interpretación:

De las 15 personas encuestadas, el 93% del grupo de taxistas de la cooperativa “Las totoras” son de sexo masculino, mientras que el 7% de las personas son mujeres. Se demuestra que la mayor parte de personas que laboran como choferes en la cooperativa de taxis son de sexo masculino, solo una es mujer. Esta realidad es parte de la estructura patriarcal de una sociedad que entiende que determinados trabajos solo los pueden cumplir los hombres.

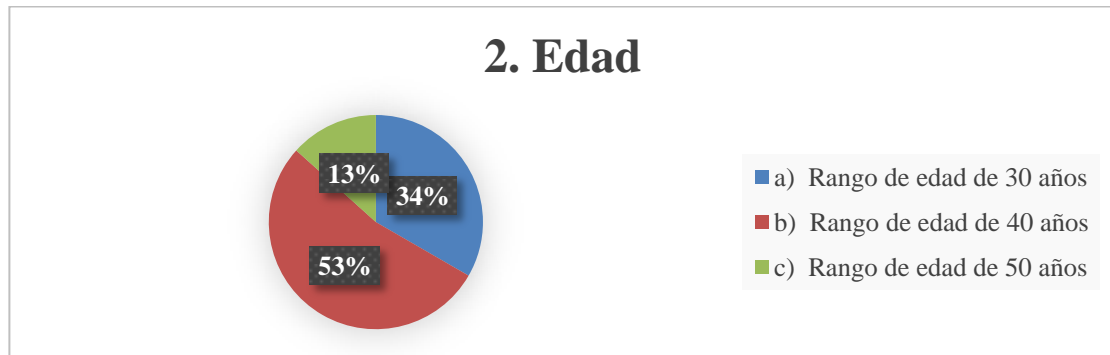
Pregunta 2. Edad:

Tabla 2:

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
a) Rango de edad de 30 años de edad	5	34%
b) Rango de edad de 40 años de edad	8	53%
c) Rango de edad de 50 años de edad	2	13%
Total	15	100%

Fuente: Cooperativa de taxis "Las Totoras" Guaytacama

Elaboración propia



Fuente: Cooperativa de taxis "Las Totoras" Guaytacama

Elaboración propia

Análisis e Interpretación:

Según los datos obtenidos, el 53% de las personas encuestadas tienen alrededor de 40 años de edad, mientras que el 34% son de aproximadamente 30 años, y el 13% restantes son de un rango de edad de 50 años. Estos datos demuestran que la mayor parte del grupo de taxistas tienen 40 años de edad, dando a entender que esta población son quienes necesitan más el sustento económico para sus hogares y a su vez la fuerza física para trabajar. Seguido de estos datos el grupo de taxistas que tienen 30 años de edad en adelante también es un porcentaje considerable que se apega a las necesidades del primer grupo. Esto hace que el público potencial que tiene diario Extra en la parroquia Guaytacama estaría en estos rangos de edad.

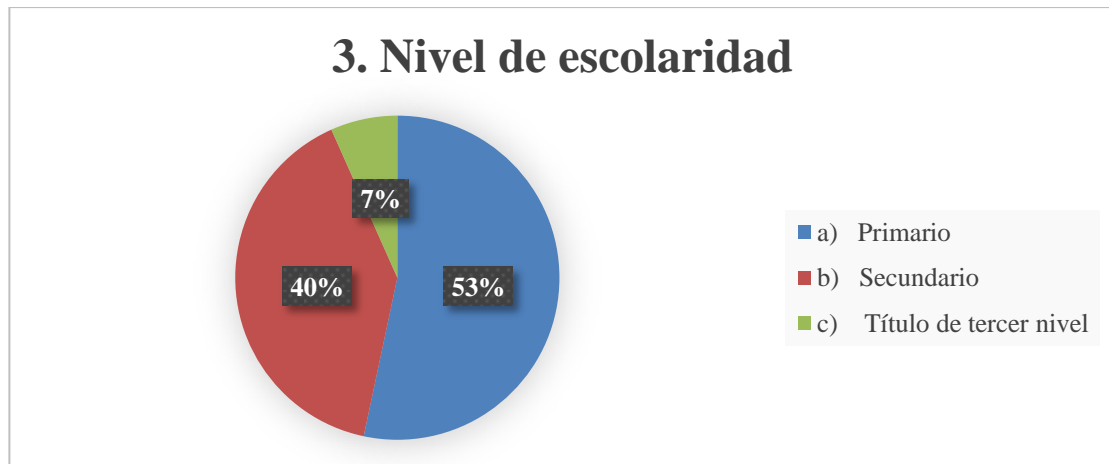
Pregunta 3. ¿Qué nivel de escolaridad ha cursado?

Tabla 3:

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Primario	8	53%
Secundario	6	40%
Título de tercer nivel	1	7%
Total	15	100%

Fuente: Cooperativa de taxis "Las Totoras" Guaytacama

Elaboración propia



Fuente: Cooperativa de taxis "Las Totoras" Guaytacama

Elaboración propia

Análisis e Interpretación

En este gráfico se puede observar que de las 15 personas encuestadas, el 53% de las personas encuestadas han cursado la primaria, mientras que el 40% han culminado sus estudios secundarios y el 7% de las personas restantes han obtenido un título de tercer nivel.

Se demuestra que el mayor número de conductores de taxis han estudiado la escuela y sus conocimientos son habituales, de manera que pueden leer y escribir, sin embargo, estas personas no han cursado los estudios de tercer nivel, por lo que no cuentan con un sentido crítico a la hora de seleccionar la información. En el caso de las noticias, estas personas son más vulnerables frente al sensacionalismo difundido en los medios amarillistas.

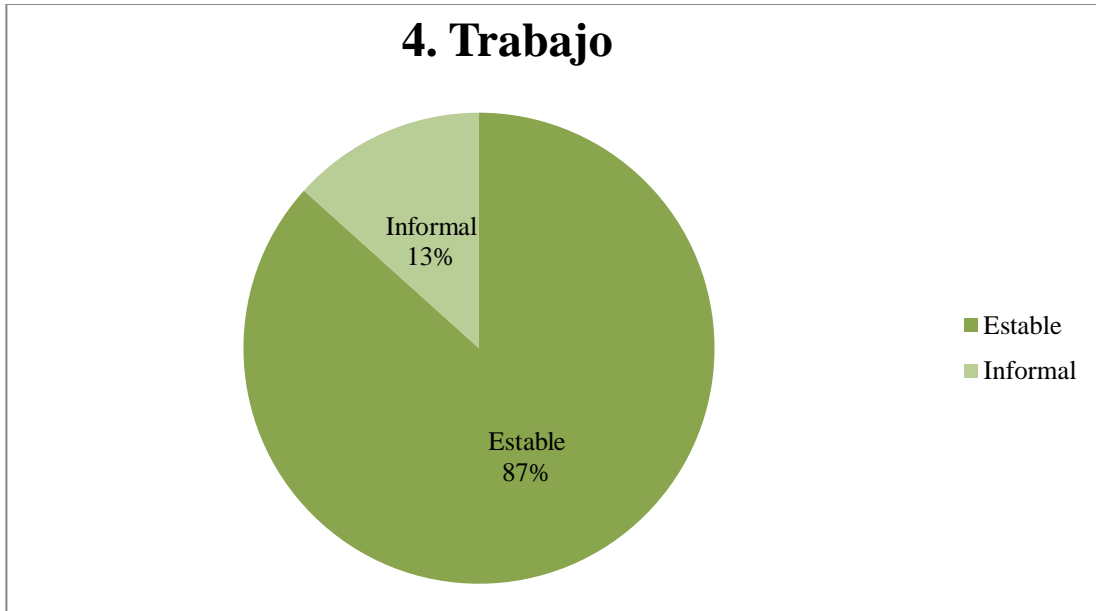
Pregunta 4. ¿Qué tipo de trabajo posee usted?

Tabla 4:

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Estable	13	87%
Informal	2	13%
Total	15	100%

Fuente: Cooperativa de taxis “Las Totoras” Guaytacama

Elaboración propia



Fuente: Cooperativa de taxis “Las Totoras” Guaytacama

Elaboración propia

Análisis e Interpretación:

Del 100% de personas encuestadas en la cooperativa de taxis, el 87% tienen un trabajo estable, mientras que del 13% es informal o parcial.

La mayor parte de conductores de taxis posee un trabajo estable y permanente, esto favorece a la comunicación entre los organizadores e integrantes del mismo, esto da como resulta que la cooperativa de taxis ofrece un servicio permanente.

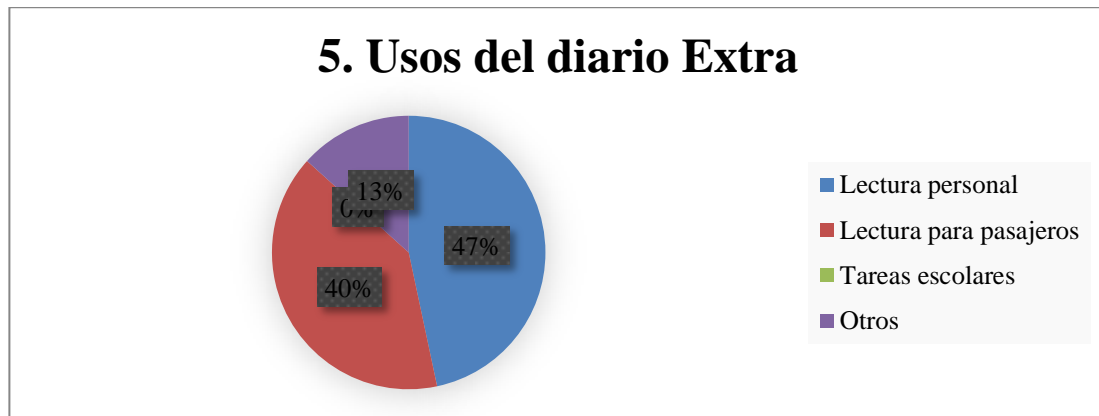
Pregunta 5. ¿Qué usos le da al diario Extra?

Tabla 5:

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Lectura personal	7	47%
Lectura pasajeros	6	40%
Tareas escolares	0	0%
Otros	2	13%
Total	15	100%

Fuente: Cooperativa de taxis “Las Totoras” Guaytacama

Elaboración propia



Fuente: Cooperativa de taxis “Las Totoras” Guaytacama

Elaboración propia

Análisis e Interpretación:

Del 100% de conductores de taxis de la cooperativa “Las Totoras” encuestados, se conoce que el 47% utiliza el diario Extra para lectura propia, el 40% usa el diario Extra para lectura de pasajeros, el 13% para algún otro uso, mientras que el 0% no respondió a tareas escolares. Los conductores de taxis utilizan el diario Extra para la lectura propia y estar informados de los hechos noticiosos que diariamente publica este medio de comunicación, se puede notar la preferencia de los conductores por este diario. Por otro lado, es evidente que también adquieren este diario para compartirlo con los usuarios de los taxis y que a su vez este periódico sirve de alguna manera como enganche entre el taxista y pasajero, generando temas de diálogo y comunicación entre los mismos.

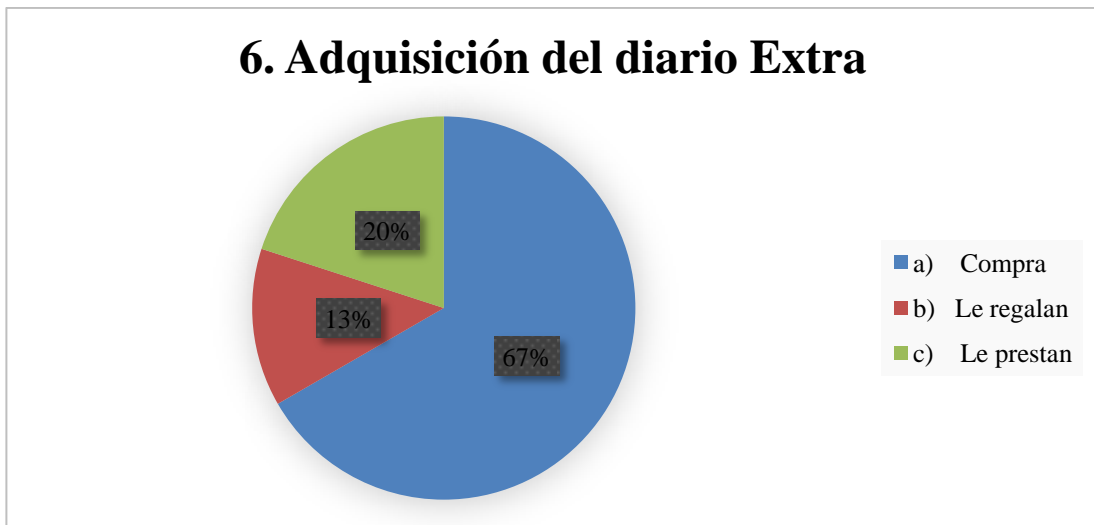
Pregunta 6. ¿De qué manera consigue el diario Extra?

Tabla 6:

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Compra	10	67%
Regalo	2	13%
Prestan	3	20%
Total	15	100%

Fuente: Cooperativa de taxis “Las Totoras” Guaytacama

Elaboración propia







Fuente: Cooperativa de taxis “Las Totoras” Guaytacama

Elaboración propia

Análisis e Interpretación:

Según los datos obtenidos de las 15 personas encuestadas, el 67% de los/las conductores respondieron que compran el diario Extra, mientras que el 20% obtiene el diario porque le prestan, y el 13% les regalaron. Esto indica que la mayor parte de los conductores de taxis adquirieron el diario Extra comprándolo en algún lugar para informarse de ciertos acontecimientos. Es evidente que por causa del favoritismo a este medio de comunicación estas personas lo compran y prestan o comparten con los demás compañeros/as de trabajo.

FICHA DE ANALISIS COMPARATIVA

	Universidad Técnica de Cotopaxi	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL		Licenciatura Comunicación Social
Ficha de observación N°1				
Proyecto: “Incidencia de los titulares en el consumo de los contenidos informativos del diario Extra en la parroquia de Guaytacama”				
Datos informativos				
Parroquia: Guaytacama				
Objetivo: Comparar los titulares de la portada entre el diario Extra y el diario El Comercio				
Variable: Titulares de medios impresos	Dimensión: <ul style="list-style-type: none"> • Empleo de titulares • Lenguaje utilizado. • Relación del titular con el contenido. • Maquetación 	Técnica: Observación comparativa		
Estudiante responsable: Barrera Ruiz María Belén		Tutor: MSc. Franklin Falconí		
				

Dimensiones	Diario Extra	El Comercio	Análisis
Empleo de titulares	Los titulares escritos a manera de admiración. Pues en todos los titulares utilizan los signos (;!)	Los titulares son con todos los elementos de la oración. Es decir, sujeto, verbo y complemento.	La redacción de los titulares es diferentes, pues, se evidencia la brecha que existe entre el sensacionalismo e información.
Elementos de un titular	Entre los elementos se observa al título y antetítulo.	Utilizan el antetítulo, título, cintillo e intertítulo.	La información presentada no cumple con todos los elementos del titular.
Lenguaje utilizado.	Utiliza una jerga popular.	Emplea un lenguaje coloquial.	El lenguaje del primer medio expresa amarillismo, pues, toca temas referentes a muerte. En el segundo medio el lenguaje resulta serio, pues, trata temas de política.
Relación del titular con el contenido.	Existe relación entre el título y el contenido. Aunque no se desarrolla con las fuentes necesarias.	Existe relación entre el título y el contenido. Las noticias se desarrollan al menos con 2 tipos de fuentes.	El título al igual que el contenido busca llamar la atención del lector. .
Maquetación referente al título	El titular ocupa la mitad de la noticia, su tamaño es considerado grande y utilizan colores negro, blanco y rojo. Además, de que el fondo que ocupan es en ocasiones rojo o amarillo, e incluso, usa imágenes de mujeres semidesnudas en la mitad de la portada.	El titular se ubica sobre la noticia, no existe tanta diferencia en el tamaño de letra. Se emplea el color negro para redactar la noticia y en ocasiones el color celeste. El fondo de la portada es blanco y no emplean imágenes que atenten a la dignidad humana.	En el primer diario se muestra que el titular y la imagen sexista sobresalen dentro de la portada. El titular es graficado referente al fondo e imagen que se utilice en la noticia. En el segundo medio se observa que el titular tiene la misma importancia que el contenido, pues, ambos son redactados de

			manera equitativa. En cuanto a tamaño y espacio.
<p>Análisis General</p> <p>La información publicada en el diario Extra expresa un sentido sensacionalista, lo que provoca que la audiencia sea cautivada por la jerga utilizada, mientras más llamativo sea el título, las personas sienten interés y curiosidad por leer el resto de la noticia. Por otra parte los titulares, el tamaño, color, conjuntamente con imágenes de crónica roja se ubican en la primera página del diario Extra, lo que acredita como principal influencia para atraer audiencia, pues, este medio de comunicación presenta notas, en las que sus títulos tienen relación con temas de violencia, muerte, agresión, suicidios, faltas policiales, adicciones y asaltos. El lenguaje y vocabulario se abordan de una manera popular que a veces puede resultar vulgar al momento de enunciar un titular e incluso determinadas palabras pueden confundirse fácilmente en un contexto. Se debe recalcar que el objetito de una noticia (inclusive el titular) debe educar, entretener e informar, además de que debe ser de carácter relevante. Y en el diario Extra se puede observar desde su titular que la noticia no es de interés colectivo. En resumen, la ficha permitió comparar el rol del titular en medios de carácter nacional. Posteriormente complementarla mediante las entrevistas, de esta manera nos permite conocer cuál es la incidencia de un titular para su respectivo consumo en los habitantes de la parroquia de Guaytacama.</p>			

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



Investigador: Barrera Ruiz María Belén

ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

Entrevista al señor William Arequipa, de 52 años de edad, conductor de la cooperativa de taxis “Las Totoras”

¿La temática del diario Extra se refiere a aspectos que le podrían afectar de manera directa?

No directamente pero sí, o sea, no me gusta porque es muy sensacionalista, son cuadros con escenas muy dolorosas, sinceramente no me gusta ver esos cuadros.

¿Qué temas considera usted que debe estar publicados en el diario Extra?

El tema de la economía, de la cultura, bueno de los artistas, pero esos temas de farándula que sean buenos para que nos quite el estrés, temas de educación que esté embarcado a la niñez, adolescencia, a nosotros como padres de familia para poder orientar a nuestros hijos, eso es importante que nos den esas pautas.

¿Le gusta la temática proporcionada por el diario Extra?

No, porque es muy sensacionalista, después de todo esto los niños son los que ven, y piensan que todo se puede ejecutar.

¿Qué es lo que más le atrae del diario Extra?

Bueno, un poco los deportes.

¿Considera usted que las personas se sienten violentadas a sus derechos en publicaciones con escenas sangrientas del diario Extra?

Sí, porque en definitiva hay personas que en el fondo cometen errores y sacan a luz del día, yo creo que eso es privacidad de cada persona y no debería estar en redes sociales y que trasciende al mundo, entonces creo que las personas sí están siendo irrespetadas a sus derechos.

¿Cuál es la sección que más le llama la atención?

Lo que me puede llamar la atención un poco es el horóscopo que sale en las últimas páginas del diario Extra.

¿Qué temas le gustaría informarse en este diario?

Algo de salud y prevención de accidentes de tránsito.

¿Qué opina sobre el lunes Sexi?

Eso parece una fantasía, una chica con esas contexturas viene a ser muy exagerado, y uno se está volando en esas cosas, se pierde hasta la vista.

¿Qué información le resulta impactante para usted?

La economía del país, será o no será sacan números que a veces uno se arrepiente por las dignidades que uno vota, porque prácticamente se dice que son honestos y con las manos limpias pero cuando se entera de lo contrario ya no se confía, es eso lo que a mí me gusta ver del país, de la asamblea, etc.

¿Qué parte no le agrada del diario Extra?

El Lunes Sexi no me agrada para nada, yo ya tengo mi edad y mis hijos y ya no estoy presto para esas cosas.

¿Cuál es la parte del diario Extra que le parece más entretenida?

Llenar los crucigramas sobre el fútbol.

Usted considera que los titulares del diario Extra influyen en la compra del mismo

Claro, claro porque al ser sensacionalista eso es lo que les hace vender, nosotros también buscamos algo que nos impacte, esas fotos, esos cuadros a veces con términos que nos causa chiste, en definitiva ponen titulares exagerados.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



Investigador: Barrera Ruiz María Belén

ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

Entrevista a Rafael Toctaguano de 35 años de edad, conductor de la cooperativa de taxis “Las totoras”

¿La temática del diario Extra se refiere a aspectos que le podrían afectar de manera directa?

Casi directo no, porque generalmente en las noticias vienen accidentes y muertes pero del sector de la costa, y eso no nos afecta mucho, pero si fuera de aquí de nuestra parroquia ahí si buscaríamos alguna solución con las autoridades.

¿Qué temas considera usted que debe estar publicados en el diario Extra?

Sería seguridad y un poco de vialidad, pero más seguridad como choferes que diariamente corremos riesgos.

¿Le gusta la temática proporcionada por el diario Extra?

Por un lado sí, por eso compro el diario

¿Qué es lo que más le atrae del diario Extra?

Lo que más me atrae es generalmente los accidentes, muertes, asaltos, esto nos ayuda para estar prevenidos por los lugares que transitamos y no ir por esos lugares peligrosos.

¿Considera usted que las personas se sienten violentadas a sus derechos en publicaciones con escenas sangrientas del diario Extra?

No, porque de alguna manera u otra están dando a conocer las noticias, por lo tanto igual nos vamos a enterar de las tragedias.

¿Cuál es la sección que más le llama la atención?

La sección que más me llama la atención es crónica roja, es decir, los accidentes y los asaltos.

¿Qué temas le gustaría informarse en este diario?

Me gustaría informare de los temas importantes en salud, vialidad, y como no también de personas mayores que necesitan ayuda, ahí deberían estar presente las autoridades, usted sabe que las autoridades se dedican a la política y dejan a un lado a las personas adultas.

¿Qué opina sobre el lunes Sexi?

En ese aspecto me parece mal, porque hay personas como nosotros que compramos este diario pero tenemos hijos menores y ellos se están inculcando en ese tipo de imágenes y nosotros estamos dañando la mentalidad de los niños, en las instituciones educativas existen adolescentes que de 12 y 13 años están embarazadas debido a que las imágenes que llegan en el Comercio y el Extra. Para mi mejor que ese tipo de imágenes se perdiera, al comprar un diario lo importante es informarse de lo que ha pasado en el país, más no de ver que chica ha salido o como está la chica.

¿Qué información le resulta impactante para usted?

Accidentes de tránsito y muertes, porque generalmente es lo primero que sale en el diario Extra

¿Qué parte no le agrada del diario Extra?

A mí me agrada todo del diario Extra.

¿Cuál es la parte del diario Extra que le parece más entretenida?

El deporte y la crónica roja

¿Usted considera que los titulares del diario Extra influyen en la compra del mismo?

Creo que sí porque si yo encuentro un tema importante, entonces lógicamente leo el resto de la noticia.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



Investigador: Barrera Ruiz María Belén

ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

**Entrevista a Cesar Iza de 42 años de edad, conductor de la cooperativa de taxis
“Las Totoras”**

**¿La temática del diario Extra se refiere a aspectos que le podrían afectar de
manera directa?**

No, porque yo compro solo por el deporte

¿Qué temas considera usted que debe estar publicados en el diario Extra?

Casi todo, lo único que yo compro es por lo deportivo, yo dentro a la página 10 y solo lo que concierne del deporte, de ahí no me empapo de todo el diario.

¿Le gusta la temática proporcionada por el diario Extra?

Si, a mí me gustan los crucigramas

¿Qué es lo que más le atrae del diario Extra?

El deporte

**¿Considera usted que las personas se sienten violentadas a sus derechos en
publicaciones con escenas sangrientas del diario Extra?**

Comentarios si he escuchado, pero yo no me empapo en eso solo en lo deportivo

¿Cuál es la sección que más le llama la atención?

El deporte

¿Qué temas le gusta informarse en este diario?

Solo el deporte

¿Qué opina sobre el lunes Sexi?

Eso ya lo que se pasa viendo, sí es medio emocionante y lo sacan así.

¿Qué información le resulta impactante para usted?

Los hechos sangrientos

¿Qué parte no le agrada del diario Extra?

No hay cosa que no me agrada, todo me gusta.

¿Cuál es la parte del diario Extra que le parece más entretenida?

Más entretenida el deporte y lo que ha salido una partecita de los cachos de Lolita, esos como cuentos.

¿Usted considera que los titulares del diario Extra influyen en la compra del mismo?

Si porque ahora está la novedad en la sección de los deportes sobre las nuevas contrataciones, por ejemplo han sacado de la noche amarilla del jugador Kaká y los diferentes jugadores que llegan, eso es una noticia bomba y uno se va informando, por ejemplo en la Gaceta sólo hay temas que conciernen aquí y no sale de los deportes.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



Investigador: Barrera Ruiz María Belén

ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

**Entrevista a Jorge Sópalo 40 años de edad, conductor de la cooperativa de taxis
“Las Totoras”**

**¿La temática del diario Extra se refiere a aspectos que le podrían afectar de
manera directa?**

Directa no, porque a mí no afecta directamente.

¿Qué temas considera usted que debe estar publicados en el diario Extra?

Casi todo pero que sea directo, porque aparte que no están completando todas las noticias, por ejemplo un caso de un hermano mío en donde se ahorco una inquilina y ahí han puesto con otros nombres y con otras razones, yo por eso casi no creo porque cambiaron la información.

¿Le gusta la temática proporcionada por el diario Extra?

No me gusta

¿Qué es lo que más le atrae del diario Extra?

El futbol

¿Considera usted que las personas se sienten violentadas a sus derechos en publicaciones con escenas sangrientas del diario Extra?

En partes parece que se exageran también.

¿Cuál es la sección que más le llama la atención?

El deporte es el más llamativo para mí.

¿Qué temas le gustaría informarse en este diario?

Los temas de las vías, aquí en Guaytacama las vías están acabadas, eso quisiera que venga el Extra y saque notas de esto.

¿Qué opina sobre el lunes Sexi?

Como yo ya soy de edad y tengo mis hijas ahí se exageran hay bastantísimo sexo.

¿Qué información le resulta impactante para usted?

Choques y accidentes de tránsito en las vías

¿Qué parte no le agrada del diario Extra?

A veces no me gusta el Lunes Sexi

¿Cuál es la parte del diario Extra que le parece más entretenida?

El fútbol, nada más, el resto se exageran

¿Usted considera que los titulares del diario Extra influyen en la compra del mismo?

Si porque solo con eso del Lunes Sexi la mayoría de mis compañeros compran el diario.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



Investigador: Barrera Ruiz María Belén

ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

Entrevista a Luis Sinchiguano, de 36 años de edad, conductor de taxis de la cooperativa “Las Totoras”

¿La temática del diario Extra se refiere a aspectos que le podrían afectar de manera directa?

No porque yo compro para entretenerme, es un pasatiempo.

¿Qué temas considera usted que debe estar publicados en el diario Extra?

Casi todo, todo lo que hay no es completo pero también lo que contiene son cosas concretas.

¿Le gusta la temática proporcionada por el diario Extra?

Sí, por eso lo compro.

¿Qué es lo que más le atrae del diario Extra?

Los deportes, porque como hombres es eso lo que nos interesa.

¿Considera usted que las personas se sienten violentadas a sus derechos en publicaciones con escenas sangrientas del diario Extra?

No porque el momento que escriben es algo real y que no involucra a nadie, es por el diario que yo llegué a saber de la muerte de un amigo en la costa.

¿Cuál es la sección que más le llama la atención?

Los Deportes.

¿Qué temas le gustaría informarse en este diario?

Noticias y deportes, eso de farándula no me atrae.

¿Qué opina sobre el lunes Sexi?

Es una página atractiva para vender más.

¿Qué información le resulta impactante para usted?

De pronto los accidentes de tránsito, es decir los hechos sangrientos.

¿Qué parte no le agrada del diario Extra?

El fanatismo y la farándula, no hablan la realidad.

¿Cuál es la parte del diario Extra que le parece más entretenida?

El horóscopo, y otras cosas más.

¿Usted considera que los titulares del diario Extra influyen en la compra del mismo?

Sí, porque yo leí acerca de un triple choque en la vía a la costa y luego seguí leyendo toda la noticia y me enteré de que se trataba de un familiar.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



Investigador: Barrera Ruiz María Belén

ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

Entrevista a Mónica Landeta, de 37 años de edad, conductora de taxis de la cooperativa “Las Totoras”

¿La temática del diario Extra se refiere a aspectos que le podrían afectar de manera directa?

No me afecta de manera directa, porque salen noticias de heridos y muertos pero de otros lugares y de personas desconocidas.

¿Qué temas considera usted que debe estar publicados en el diario Extra?

Considero que debe haber noticias de salud y educación para nuestros hijos, de esta manera nos informamos en los diarios y les enseñamos a los niños cosas positivas.

¿Le gusta la temática proporcionada por el diario Extra?

La verdad no me gusta pero si he visto que mis compañeros compran para leerlo, casi todos los días se pasan viendo el Extra, y yo de curiosidad les digo que qué hacen, y ellos me muestran el diario, al ver algo interesante yo también les pido que me presten.

¿Qué es lo que más le atrae del diario Extra?

Pueden ser los cuentos que salen o el pasatiempo de llenar los crucigramas.

¿Considera usted que las personas se sienten violentadas a sus derechos en publicaciones con escenas sangrientas del diario Extra?

Si porque las personas que estén pasando por alguna lamentación y tengan que recordar lo trágico después de una publicación en el diario les trae mucho dolor, por eso creo que si son violentados a sus derechos.

¿Cuál es la sección que más le llama la atención?

Me parece que los crucigramas.

¿Qué temas le gustaría informarse en este diario?

Temas de salud y educación.

¿Qué opina sobre el lunes Sexi?

Pienso que utilizan la figura bonita de una mujer solo para vender más y llamar la atención de los consumidores, además de poner las fotografías con mujeres con poca ropa les denigra al resto de las mujeres.

¿Qué información le resulta impactante para usted?

Me impacta los accidentes en las vías, las muertes, y muchas escenas de dolor.

¿Qué parte no le agrada del diario Extra?

Ese Lunes Sexi no me gusta que salga ahí, porque le figuran a una mujer con características bonitas solo para dañar la imagen del resto de las mujeres.

¿Cuál es la parte del diario Extra que le parece más entretenida?

El horóscopo, los cuentos y los crucigramas para llenar.

¿Usted considera que los titulares del diario Extra influyen en la compra del mismo?

Sí influye mucho porque por ejemplo si yo leo algo impactante, entonces obviamente me voy a interesar por leer toda la información de ese hecho y voy a comprar el Extra.

11.1.3 ANALISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD.

En la presente investigación se realizó entrevistas a profundidad a seis personas de sexo masculino y femenino de un rango de edad de 30, 40 y 50 años, funcionarios de la cooperativa de taxis “Las Totoras” de la parroquia de Guaytacama, con el propósito de responder al tercer objetivo específico de esta investigación.

1. Entrevista a William Arequipa, de 52 años de edad, conductor de la cooperativa de taxis “Las Totoras”

Según William Arequipa, la temática del diario Extra no le afecta de ninguna manera, pero está consiente que Extra es un medio sensacionalista, y considera que debe haber temas de economía, salud y cultura, sin embargo adquiere este diario para visualizar las noticias de los deportes.

2. Entrevista a Rafael Toctaguano, de 35 años de edad, conductor de la cooperativa de taxis “Las totoras”.

Según Rafael Toctaguano, la temática del diario Extra no le afecta directamente, pero aduce que Extra le gusta y le entretiene por las noticias de hechos violentos que diariamente proporciona el diario, por lo tanto, menciona que mirar este tipo de medios de comunicación amarillistas, le ayuda a estar prevenido de cualquier problema social, y considera que aparte de estas noticias debe haber temas de seguridad vial, esto lleva a entender que los temas violentos sí atraen para que el lector se informe sobre estos acontecimientos, además es evidente que la sociedad naturaliza los acontecimientos sangrientos y lo define como una noticia de interés.

3. Entrevista a Cesar Iza de 42 años de edad, conductor de la cooperativa de taxis “Las Totoras”.

Según Cesar Iza, la temática del diario Extra no le afecta, pero adquiere este medio de comunicación para informarse de las noticias, especialmente de los deportes, menciona que debería haber temas de interés social que beneficie al

lector, se puede evidenciar que los temas deportivos y la sección de entretenimiento son un enganche para que el consumidor adquiera este diario.

4. Entrevista a Jorge Sópalo 40 años de edad, conductor de la cooperativa de taxis “Las Totoras.

Para Jorge Sópalo, el contenido informativo del diario Extra es completamente exagerado, porque en ocasiones distorsionan la información, al igual que los anteriores testimonios, a Jorge le atrae solamente el deporte, la veracidad y la contratación de información son elementos claves para la imparcialidad de un medio de comunicación, en el caso de Extra, su uso de titulares e imágenes sensacionalistas tienden a ser visualizados por los lectores como una falacia, de esta forma el diario pierde credibilidad.

5. Entrevista a Luis Sinchiguano, de 36 años de edad, conductor de taxis de la cooperativa “Las Totoras”.

Para Luis Sinchiguano, los titulares sí influyen para la compra del diario, es decir al momento de leer un titular llamativo, pasarán a leer la noticia completa, en el caso de Lunes Sexi, considera que es una estrategia de marketing del medio de comunicación, en cuanto a noticias de crónica roja, Luis menciona que es por este diario que se llegó a enterar del fallecimiento de un familiar de la Costa. En este testimonio se puede notar la preferencia por este medio ya que le resulta entretenido en sus tiempos libres.

6. Entrevista a Mónica Landeta , de 37 años de edad, conductora de taxis de la cooperativa “Las Totoras”

Según las versiones de Mónica, Extra es un diario que posee muchas características para que sea un periódico muy famoso, es decir los titulares interesantes influyen en la percepción de las personas para la compra del mismo, no obstante, el Lunes Sexi utiliza la figura de una mujer sensual para ganar más audiencia, especialmente la de los hombres.

12. IMPACTOS:

Social:

Con el presente estudio se logrará evidenciar un cambio en los conductores de taxis de la cooperativa “Las Totoras” sobre el consumo de medios impresos, debido a que conocerán las estrategias de venta de los medios de comunicación para atraer audiencia, como es el sensacionalismo y la jerga utilizada en los titulares de las notas periodísticas y publicaciones con contenido de crónica roja, de esta forma tendrán una perspectiva diferente en cuanto a prensa amarilla, por tal razón ese será el impacto social.

Cultural:

Después de analizar diversos aspectos en cuanto al consumo de los contenidos informativos del diario Extra, se obtendrá un impacto cultural en los conductores de taxis de la cooperativa “Las Totoras” de la parroquia de Guaytacama, debido a que podrán elegir un medio de comunicación que les informe sobre los acontecimientos del país, sin faltar a la dignidad de las personas, de tal forma crearán un nuevo ambiente cultural, cambiando sus hábitos de consumo en cuanto a prensa amarillo-sensacionalista en sus hogares.

13. PRESUPUESTO PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO

PRESUPUESTO GLOBAL DEL PROYECTO				
Detalle				
	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total
Equipos	Grabadora de voz	Una de cada instrumento	Prestado	0
Insumos	Alimentación	3 veces por semana	2 dólares	40\$
Materiales	Computadora	100 hojas	2 dólares	\$3
	Hojas	2 esferos	Un dólar	
	Esferos	1 computadora	Computadora personal	
Viajes	Universidad	20 viajes	\$20	\$20
Servicios Técnicos	Computadora	Una laptop	Computadora personal	\$0
Copias	Copias del trabajo realizado	1 vez por semana	5 centavos por cada copia	5\$
Publicaciones (empastado)	Impresiones para empastar	2 empastados	20 dólares por cada empastado	40\$
Total				\$108

14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Después de analizar los resultados obtenidos en este proyecto de investigación, se concluye que:

- Tras una investigación minuciosa en varios autores, se llega a la conclusión que los titulares, el color, el estilo y tamaño de la letra son indispensables para llamar la atención en el lector y causar un impacto visual para el consumo de la información. Un titular en una nota periodística es la primera impresión que se lleva el lector, el sensacionalismo y el empleo de palabras con lenguaje coloquial son quienes cautivan para que el lector acceda a la información de tal forma es fácil de entender.
- Los titulares difundidos por el Diario Extra, influyen en la adquisición de sus ejemplares, de tal manera, la audiencia se siente atraída por la utilización de la jerga, y el empleo de un vocabulario común, es por ello que los lectores de la parroquia de Guaytacama se sienten identificados con ese tipo de titulares.
- Los conductores de taxis de la cooperativa “las Totoras”, identifican que la información difundida en este diario afecta de cierta manera al desarrollo educativo de la población, debido al mal uso del lenguaje en los titulares, razón por lo cual están dispuestos a recibir charlas educomunicativas para poder discernir la información tendenciosa de los medios amarillo-sensacionalistas.
- En cuanto a la investigación se realizó una metodología mixta, empleando encuestas a 15 choferes de la cooperativa “Las Totoras”, para contrastar información se realizó entrevistas a profundidad a seis personas, obteniendo resultados favorables. Finalmente se elaboró una ficha de observación en donde se pudo evidenciar que Extra utiliza titulares con mensajes sensacionalistas para convencer al lector.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda un buen manejo del lenguaje, color y estilo en los titulares utilizados en la prensa escrita, además de investigar a profundidad sobre la incidencia de los titulares en los medios de comunicación en América Latina.
- Se sugiere que los medios de comunicación conocidos por sus contenidos sensacionalistas, proporcionen información basada en la ley orgánica de comunicación para que no atente ni denigre la honra de los lectores. Además de utilizar un lenguaje correcto, de manera que contribuya a la orientación educativa de las personas.
- Los medios de comunicación, ya sean radio, prensa o TV, deberían realizar pequeños spots educomunicacionales, con el propósito de cumplir los parámetros de informar, educar y entretener, orientando a una sociedad culta o crítica.
- Se recomienda realizar un grupo de discusión entre los consumidores del diario Extra, de esta forma conocer cada uno de sus criterios y opiniones con respecto a temas sensacionalistas, con esta técnica también se busca crear un ambiente cómodo y acogedor para recopilar testimonios y que las personas no se sientan cohibidas de hablar.

PROPUESTA DEL TECER OBJETIVO ESPECÍFICO

Establecer lineamientos edu-comunicativos para mejorar el consumo de medios impresos en la parroquia Guaytacama.

ESPECTADORES PASIVOS A ESPECTADORES CRÍTICOS

El objetivo de esta propuesta es concienciar a los conductores de taxis “Las Totoras” al consumo de medios impresos con contenidos educativos y culturales, de forma que enriquezcan sus conocimientos, es el propósito que se desprende del tercer objetivo de la presente investigación.

Con el pasar del tiempo la prensa sensacionalista se ha vendido desarrollando, su objetivo se basa en ganar audiencia y facilitar el morbo en los lectores, a pesar de ser conocida por la tergiversación de la información, hasta la actualidad tiene una gran aceptación por parte de la audiencia.

Sin embargo la sociedad hace una reflexión en cuanto a la prensa con contenido de crónica roja y argumenta que se trata de una escena escandalosa, que tiene por objetivo entretener, por lo que al realizar el estudio correspondiente se tomó en cuenta proponer una charla educomunicativa a los conductores de taxis de la cooperativa “Las Totoras” de la parroquia de Guaytacama. No obstante, los medios impresos son los llamados a contribuir a la formación y orientación de los valores humanos, además de un enriquecimiento y desarrollo social. Las temáticas que se van a llevar a cabo en la propuesta educomunicacional serán las siguientes:

- Realizar una charla a cerca del morbo en la prensa.
- Educar a la audiencia, a través de talleres en cooperación con el GAD de la parroquia Guaytacama, y usando la "GUÍA METODOLÓGICA de análisis crítico y decodificación de contenidos de los medios de comunicación" propuesta por la (CORDICOM).
- Hablar sobre el significado de “Crónica roja.
- Demostrar en imágenes ¿Cómo se presenta el sensacionalismo en la prensa escrita?

- Explicar ¿Cómo atentan las noticias de crónica roja a la dignidad de los familiares de aquellas personas que sufrieron un accidente y es publicado por el diario Extra.
- Presentar guías de consumo de medios impresos para que los lectores puedan diferenciar de una noticia con objetividad de una noticia amarillista.

Se logró identificar que las personas sí tienen noción de los contenidos que leen en la prensa, sin embargo, es necesario que pasen de ser espectadores pasivos a espectadores críticos que cuestionen cada noticia que leen y lo socialicen en su hogar, logrando así clasificar internamente los contenidos de la prensa escrita. Con los temas mencionados anteriormente se pretende que las personas puedan elegir información veraz para que contribuya al desarrollo de la población.

Los receptores deben tener la capacidad de distinguir las noticias morbosas, saber si aportan de manera positiva ciertos contenidos y que no naturalicen la violencia, así como discrepar entre lo real y lo ficticio o preparado por el mismo medio de comunicación para generar ingresos económicos.

15. BIBLIOGRAFÍA

- Ayala Mora, E. (2012). La prensa en la historia del Ecuador: una breve visión general. Paper Universitario.
- Cappellini, S. (2014) La prensa chicha en Perú, *Revista Latinoamericana de Comunicación* 3 (30). p.
- Carrasco, G. (2016). La responsabilidad social de los medios impresos: estudio comparativo 2013-2014. *Quórum Académico*, 13 (2).
- Gargurevich, J. (2000). La prensa sensacionalista en el Perú. *Fondo Editorial PUCP*.
- López, P. (2004). Población muestra y muestreo. Punto Cero, 09(08), 69-74. Recuperado en 05 de julio de 2017, de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012&lng=es&tlng=es.
- Maccasi, S. (2002) La prensa amarilla en América Latina. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 2 (6).
- Marañón, Karen, Moncada, Amira, Pinelo, Roxana, & Ugalde, Cecilia. (2002). CONSUMO CULTURAL DE PERIÓDICOS DE CRÓNICA ROJA EN LA CIUDAD DE LA PAZ CASOS: "GENTE" Y "EXTRA". Punto Cero, 07(05), 21-30. Recuperado en 06 de noviembre de 2017, de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S181502762002000200004&lng=es&tlng=.](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S181502762002000200004&lng=es&tlng=)
- Morillo Herrera, D. R. (2013). El consumo de diario El Extra en los conductores de la Cooperativa de Buses Urbanos Pichincha y su incidencia en sus expresiones cotidianas.
- Moreno Espinosa, P. (2000). Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional. *Ámbitos* (2000, 1(5), Pag. 169-190).
- Pérez, C. E. E. (2012). El lenguaje de la violencia La prensa escrita, Los Partidos y la Iglesia. Medellín, 1950. *Co-herencia*, 1 (1), 106-124.
- Restrepo, J. (1995) Ética para periodistas. *TM Editorias*, 2 (7).

- Saad, A. S., & Llosa, M. V. (2012). El sensacionalismo o la “insurrección” de las masas. *Revista Razón y Palabra*, 78, p. 45-65.
- Vera, J. L. G. (2003). Sensacionalismo, valores y jóvenes: el discurso y el consumo de dos periódicos bolivianos de crónica roja (No. 7). Fundación Pieb.
- Velandria, C. T. (2008). Una aproximación a la investigación en el diseño de medios impresos informativos.

16. ANEXOS

ANEXOS DE LA ENCUESTA



Foto: Encuesta formulada a los conductores de taxis "Las totoras".



Foto: Encuesta formulada a los conductores de taxis "Las totoras".



Foto: Encuesta formulada a los conductores de taxis "Las totoras".



Foto: Estación de servicio de taxis "Las totoras".



Foto: Encuesta formulada a los conductores de taxis "Las totoras".



Foto: Encuesta formulada a los conductores de taxis "Las totoras".



Foto: Encuesta formulada a los conductores de taxis "Las totoras".



Foto: Encuesta formulada a los conductores de taxis "Las totoras".

ANEXOS DE LAS ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD



Foto: Diálogo con los conductores de taxis "Las totoras".



Foto: Entrevista a Luis Sinchiguano, conductor de taxis "Las totoras".



Foto: Entrevista a Rafael Toctaguano, conductor de taxis "Las totoras".



Foto: Entrevista a César Iza, conductor de taxis "Las totoras".

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



Investigador: Barrera Ruiz María Belén

PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

Entrevista a personas de sexo masculino de 30, 40 y 50 años de edad, conductores de taxis de la cooperativa “Las Totoras” de la parroquia de Guaytacama.

¿La temática del diario Extra se refiere a aspectos que le podrían afectar de manera directa?

¿Qué temas considera usted que debe estar publicados en diario el Extra?

¿Le gusta la temática proporcionada por el diario Extra?

¿Qué es lo que más le atrae del diario Extra?

¿Considera usted que las personas se sienten violentadas a sus derechos en publicaciones con escenas sangrientas del diario Extra?

¿Cuál es la sección que más le llama la atención?

¿Qué temas le gusta informarse en este diario

¿Qué opina sobre el lunes Sexi?

¿Qué información le resulta impactante para usted?

¿Qué parte no le agrada del diario Extra?

¿Cuál es la parte del diario Extra que le parece más entretenida?

¿Usted considera que los titulares del diario Extra influyen en la compra del mismo?

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



Investigador: Barrera Ruiz María Belén

ENCUESTA SOBRE EL CONSUMO DEL DIARIO IMPRESO EXTRA

Indicación: Por favor conteste el presente cuestionario de manera honesta, seleccionando únicamente una opción.

DATOS INFORMATIVOS

1.- Género:

Masculino: () Femenino: ()

2.- Edad: ()

3.- ¿Qué nivel de escolaridad ha cursado?

Primario. ()

Secundario. ()

Título de tercer nivel. ()

4.- ¿Qué tipo de trabajo posee usted?

Estable ()

Informal ()

5.- ¿Qué usos le da al diario Extra?

Lectura personal ()

Lectura para pasajeros ()

Tareas escolares ()

Otros ()

6.- ¿De qué manera consigue usted el diario Extra?

Compra ()

Le regalan ()

Le prestan ()

DATOS DE LA INVESTIGADORA

Nombres completos: Barrera Ruiz María Belén

Documento de identidad: 050400281-7

Fecha de nacimiento: 19 de octubre de 1993

Lugar de nacimiento: Latacunga- Ecuador

Estado civil: Casada

Dirección: Guaytacama-Pilacoto

Teléfono: 0984542090

E-MAIL: belenbarrera19@yahoo.es

Formación Académica:

Estudios Primarios: Escuela Fiscal Mixta “Ambato” Rioblanco Alto- Lasso

Estudios Secundarios: Colegio “Sara María Bustillos de Atiaga”

Estudio Universitario: Universidad Técnica de Cotopaxi: Carrera: Lic. Comunicación Social.

Títulos académicos obtenidos: Bachiller en Comercio y Administración.



DATOS DEL TUTOR

Nombres completos: Franklin Eduardo Falconí Suárez

Documento de identidad: 180245438-7

Fecha de nacimiento: 22 de agosto de 1971

Estado civil: Casado

Teléfono: 3084708 / 0987282641

E-MAIL: franklin.falconi@utc.edu.ec

Formación Académica:

Licenciado En Comunicación Social, especialidad Comunicación Impresa. No. de registro: 1005-04-503242.

Cuarto Nivel: Maestría en Educación Superior. No. de registro: 1005-15-86070927.

Cuarto Nivel: Maestría en Comunicación y Marketing Político. Universidad Internacional de la Rioja, España. En curso.

