



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

Unidad Académica de Ciencias de la Educación y de la Comunicación

PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

Licenciado en Diseño Gráfico y Publicidad

TÍTULO DEL PROYECTO

**TERMINOLOGÍAS POPULARES COMO INFLUENCIA CULTURAL EN
LOS ESTUDIANTES DE BACHILLERATO DE LA ESPECIALIZACIÓN DE
SOCIALES DEL COLEGIO FISCAL JOSÉ MARÍA VELASCO IBARRA
DEL CANTÓN MILAGRO.**

AUTORES:

PAOLA MABEL JIMÉNEZ CÓRDOVA

NOEMI KATIUSKA SALINAS PARRA

Milagro, Abril de 2012

ECUADOR

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor de la Carrera de Comunicación, en el nivel de pregrado, nombrado por las autoridades de la Unidad Académica Ciencias de la Educación y de la Comunicación de la Universidad Estatal de Milagro, para dirigir la presente tesis.

Certifico:

Que he analizado y tutorado, el proyecto de tesis con el título: **TERMINOLOGÍAS POPULARES COMO INFLUENCIA CULTURAL EN LOS ESTUDIANTES DE BACHILLERATO DE LA ESPECIALIZACIÓN DE SOCIALES DEL COLEGIO FISCAL JOSÉ MARÍA VELASCO IBARRA DEL CANTÓN MILAGRO**. Mientras duró el proceso investigativo hasta la obtención de los resultados, como requisito previo, para su aprobación y optar al grado de Licenciado en Diseño Gráfico y Publicidad.

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentado por las egresadas:

Paola Mabel Jiménez Córdova C.C. 0922565551

Noemí Katuska Salinas Parra C.C. 0916866742

TUTOR: _____

Lcdo. César Pazmiño Gavilanes

C.C 0919046029

Milagro, Abril de 2012

DECLARACION DE AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN

Los egresados **Paola Mabel Jiménez Córdova** y **Noemí Katuska Salinas Parra**, mediante la presente manifiestan ser autores de este proyecto.

“TERMINOLOGÍAS POPULARES COMO INFLUENCIA CULTURAL EN LOS ESTUDIANTES DE BACHILLERATO DE LA ESPECIALIDAD DE SOCIALES DEL COLEGIO JOSÉ MARÍA VELASCO IBARRA DEL CANTÓN MILAGRO”

El mismo que ha sido elaborado bajo la dirección del Lic. César Pazmiño Gavilanez en calidad de tutor y que ponemos a consideración de las autoridades.

Paola Mabel Jiménez Córdova

C.C. 0922565551

Noemí Katuska Salinas Parra

C.C. 0916866742

CERTIFICACION DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de LICENCIADOS EN DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICIDAD otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

| | |
|---------------------|--------|
| MEMORIA CIENTÍFICA: | () |
| DEFENSA ORAL: | () |
| TOTAL: | () |
| EQUIVALENTE: | () |

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo investigativo a nuestras familias JIMENEZ CORDOVA Y SALINAS PARRA porque ellos han sido nuestros pilares fundamentales de apoyo incondicional, amor, voluntad y educación a lo largo de esta etapa, a nuestras amistades que también han servido de ayuda a Dios que sin la ayuda de él, esto no hubiera sido posible.

AGRADECIMIENTO

Bajo el principio universal de la solidaridad emito el siguiente agradecimiento que conlleva a particularizar los efectos de fondo y de forma en nuestra caracterización profesional, su probidad su crecimiento y su promoción investigativa que perdurara en nuestras mentes como deuda impagable para quienes contribuyeron en este proceso de crecimiento académico, por lo tanto nuestro agradecimiento precedero a cada una de las autoridades que conforman la Universidad Estatal de Milagro (UNEMI), de la Unidad Académica de Ciencias de la Educación y de la Comunicación; de manera especial a su directora Dra. Helen Parra Paredes y a nuestro tutor Lic. Cesar Pazmiño.

Gracias a nuestros familiares y amigos que exteriorizaron su apoyo incondicional para lograr el éxito de este proyecto.

Manteniendo el alto compromiso de no defraudarles ni a ellos como personas ni a la Universidad Estatal de Milagro.

A Dios Todopoderoso por el milagro maravilloso de la vida y el amor, sin él, no lo hubiéramos logrado.

Paola Mabel Jiménez Córdova

Noemí Katuska Salinas Parra

CESION DE DERECHOS DE AUTOR

Licenciado

Jaime Orozco Hernández Msc.

RECTOR DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

Presente.-

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer entrega de la Cesión de Derechos del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo título es: **“TERMINOLOGÍAS POPULARES COMO INFLUENCIA CULTURAL EN LOS ESTUDIANTES DE BACHILLERATO DE LA ESPECIALIDAD DE SOCIALES DEL COLEGIO JOSÉ MARÍA VELASCO IBARRA DEL CANTÓN MILAGRO”** y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias de la Educación y de la Comunicación

Milagro, Abril de 2012

Paola Mabel Jiménez Córdova

C.C. 0922565551

Noemí Katuska Salinas Parra

C.C. 0916866742

INDICE

| | |
|--|----|
| CAPITULO I..... | 2 |
| EL PROBLEMA..... | 2 |
| 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 2 |
| 1.1.1 Problematización | 3 |
| 1.1.2 Delimitación Del Problema | 4 |
| 1.1.3 Formulación Del Problema..... | 4 |
| 1.1.4 Sistematización del Problema..... | 4 |
| 1.1.5 Determinación del Problema | 5 |
| 1.2 OBJETIVOS | 5 |
| 1.2.1 Objetivo General..... | 5 |
| 1.2.2 Objetivo Específicos..... | 5 |
| 1.3 JUSTIFICACIÓN | 5 |
| 1.3.1 Justificación de la Investigación..... | 5 |
| CAPITULO II..... | 8 |
| MARCO REFERENCIAL | 8 |
| 2.1 MARCO TEÓRICO..... | 8 |
| 2.1.1 Antecedentes históricos | 8 |
| 2.1.2 Antecedentes Referenciales | 19 |
| 2.2 MARCO CONCEPTUAL | 24 |
| 2.3 HIPÓTESIS Y VARIABLES | 25 |
| 2.3.1 Hipótesis General | 25 |
| 2.3.2 Hipótesis Particulares | 25 |
| 2.3.3 Declaración De Variables..... | 25 |
| 2.3.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES | 26 |
| CAPÍTULO III | 27 |
| MARCO METODOLÓGICO | 27 |
| 3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL. | 27 |
| 3.2 LA POBLACIÓN Y MUESTRA | 28 |
| 3.2.1 Características de la población | 28 |
| 3.2.2 Delimitación de la población..... | 28 |
| 3.2.3 Tipo de muestra | 29 |

| | | |
|---|--|----|
| 3.2.4 | Tamaño de la muestra..... | 29 |
| 3.2.5 | Proceso de selección..... | 30 |
| 3.3 | LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS..... | 31 |
| 3.3.1 | Método Teórico | 31 |
| 3.4 | El tratamiento estadístico de la información..... | 31 |
| CAPITULO IV | | 32 |
| ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS | | 32 |
| 4.1 | Análisis de la situación actual..... | 32 |
| 4.2 | Análisis Comparativos, evolución, tendencias y perspectivas..... | 47 |
| 4.3 | Resultados (objetivos e hipótesis)..... | 47 |
| 4.4 | Verificación de hipótesis..... | 48 |
| BIBLIOGRAFIA DEL PROYECTO | | 50 |
| CAPÍTULO V | | 51 |
| PROPUESTA | | 51 |
| 5.1 | TEMA | 51 |
| 5.2 | FUNDAMENTACIÓN..... | 51 |
| 5.3 | JUSTIFICACION | 52 |
| 5.4 | OBJETIVOS | 52 |
| 5.4.1 | Objetivo General de la propuesta | 52 |
| 5.4.2 | Objetivos Específicos de la propuesta..... | 52 |
| 5.5 | UBICACIÓN | 53 |
| 5.6 | FACTIBILIDAD..... | 53 |
| 5.7 | DESCRIPCION DE LA PROPUESTA..... | 53 |
| 5.7.1 | ACTIVIDADES | 57 |
| 5.7.2 | RECURSOS, ANÁLISIS FINANCIERO..... | 58 |
| 5.7.3 | IMPACTO | 58 |
| CONCLUSIONES | | 59 |
| RECOMENDACIONES | | 60 |
| BIBLIOGRAFÍA DE LA PROPUESTA | | 61 |
| ANEXOS | | 62 |

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1

Operación de Variables.

Cuadro 2

Delimitación de la población.

Cuadro 3

Proceso de Selección.

Cuadro 4

Pregunta N°1 de la encuesta a los Alumnos

Cuadro 5

Pregunta N°2 de la encuesta a los Alumnos

Cuadro 6

Pregunta N°3 de la encuesta a los Representantes

Cuadro 7

Pregunta N°4 de la encuesta a los Representantes

Cuadro 8

Pregunta N°5 de la encuesta a los Representantes

Cuadro 9

Pregunta N°6 de la encuesta a los Representantes

Cuadro 10

Pregunta N°7 de la encuesta a los Representantes

Cuadro 11

Pregunta N°8 de la encuesta a los Representantes

Cuadro 12

Pregunta N°1 de la encuesta a los Representantes

Cuadro 13

Pregunta N°2 de la encuesta a los Representantes

Cuadro 14

Pregunta N°3 de la encuesta a los Representantes

Cuadro 15

Pregunta N°4 de la encuesta a los Representantes

Cuadro 16

Pregunta N°5 de la encuesta a los Representantes

Cuadro 17

Pregunta N°6 de la encuesta a los Representantes

Cuadro 18

Análisis Comparativo

Cuadro 19

Objetivos e Hipótesis General

Cuadro 20

Objetivos Específicos e Hipótesis Particulares

Cuadro 21

Verificación de Hipótesis

Cuadro 22

Estructura del portal web

Cuadro 23

Actividades

Cuadro 24

Recursos, análisis financiero

Cuadro 25

Cronograma

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1

Delimitación de la Población.

Figura 2

Proceso de Selección.

Figura 3

Pregunta N°1 de la encuesta a los Alumnos.

Figura 4

Pregunta N°2 de la encuesta a los Alumnos.

Figura 5

Pregunta N°3 de la encuesta a los Alumnos.

Figura 6

Pregunta N°4 de la encuesta a los Alumnos.

Figura 7

Pregunta N°5 de la encuesta a los Alumnos.

Figura 8

Pregunta N°6 de la encuesta a los Alumnos.

Figura 9

Pregunta N°7 de la encuesta a los Alumnos.

Figura 10

Pregunta N°8 de la encuesta a los Alumnos.

Figura 11

Pregunta N°1 de la encuesta a los Representantes.

Figura 12

Pregunta N°2 de la encuesta a los Representantes.

Figura 13

Pregunta N°3 de la encuesta a los Representantes.

Figura 14

Pregunta N°4 de la encuesta a los Representantes.

Figura 15

Pregunta N°5 de la encuesta a los Representantes.

Figura 16

Pregunta N°6 de la encuesta a los Representantes.

Figura 17

Mapa de Ubicación

Figura 18

Intro.

Figura 19

Menú.

Figura 20

Palabras Populares.

Figura 21

Frases Populares.

Figura 22

Chat.

Figura 23

Foto entrevista

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA EDUCACION Y DE LA COMUNICACIÓN

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICIDAD.

TEMA:

“TERMINOLOGÍAS POPULARES COMO INFLUENCIA CULTURAL EN LOS ESTUDIANTES DE BACHILLERATO DE LA ESPECIALIDAD DE SOCIALES DEL COLEGIO JOSÉ MARÍA VELASCO IBARRA DEL CANTÓN MILAGRO”

RESUMEN

Como consta en el diseño de este proyecto con cinco capítulos los mismo que propende a desglosar develar, motivar, justificar, razonar, investigar, proponer, deducir y plantear soluciones al veto de la comunicación que en los actuales momentos existe para este grupo de estudiantes del Colegio Fiscal Velasco Ibarra y que debido a la nula tolerancia que existe por parte de los adultos y la sociedad milagreña no se logra incorporar este nuevo sistema de mensaje o comunicación inventado culturalmente por este segmento social, de ahí la importancia de rescatar y reconocer aquel lema universal: “LOS JOVENES SON EL FUTURO DE LA PATRIA”, pero qué futuro le esperar a estos jóvenes que no son atendidos ni respetados en su derecho a la libertad de expresión, que no son respetado en sus conceptos comunicacionales, que se encuentran intolerados por el sistema educativo y por ende la sociedad ecuatoriana y qué decir de la exclusión educativa que mantienen con los adultos con su núcleo familiar; con todo este espectro y considerando la urgente aplicación del valor de la tolerancia y del rescate de los valores culturales fortaleciendo la autonomía personal de estos jóvenes en un marco de libertad de pensamiento, que sirva para su desarrollo individual y posteriormente para el desarrollo de la sociedad ecuatoriana. Aunque este trabajo se direcciona a los jóvenes de este plantel milagrero la realidad ecuatoriana refleja en todos los entes educativos del sector público y privado un permanente discrimen hacia ese sistema de lenguaje particular y no le respetan los términos populares que aplican para mencionar alguno de ellos: camello, pluto, ficha, jama, trillado, si estas expresiones los condensáremos en un glosario con un portal que identifique esta acción cultural de estos jóvenes seremos enriquecidos por el aprendizaje interactivo entre jóvenes y adultos, entre jóvenes y la sociedad, entre jóvenes y el desarrollo esta trilogía promoverá nuevos rumbos comunicacionales.

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA EDUCACION Y DE LA COMUNICACIÓN
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICIDAD.**

TEMA:

**“TERMINOLOGÍAS POPULARES COMO INFLUENCIA CULTURAL EN LOS
ESTUDIANTES DE BACHILLERATO DE LA ESPECIALIDAD DE SOCIALES DEL
COLEGIO JOSÉ MARÍA VELASCO IBARRA DEL CANTÓN MILAGRO”**

ABSTRACT

As stated in the design of this project with five chapters that tends to break down very revealing, motivate, justify, reason, investigate, propose, derive and propose solutions to the veto of the communication that exists at the present time for this group of students Prosecutor Velasco Ibarra school and because of the zero tolerance that exists on the part of adults and society is not achieved milagreña this new message or communication system invented by this segment of society culturally, hence the importance of rescuing and recognize that slogan universal: "KIDS ARE THE FUTURE OF THE COUNTRY", but wait what future these young people who are underserved and respected their right to freedom of expression, which are not respected in their communication concepts, which are found by the system untolerated education and hence the Ecuadorian society and what about the educational exclusion that adults have with your family with the whole spectrum and considering the urgent implementation of the value of tolerance and the rescue of strengthening cultural values personal autonomy of young people in a context of freedom of thought, that fits your individual development and later for the development of society Ecuador.

Although this work is addressed to the youth of this squad miracle Ecuadorian reality reflected in all educational entities in the public and private discrimination a permanent system to that particular language and do not respect the popular terms that apply to mention some of them: camel, pluto, chip, jama, trite, if these expressions the abbreviate in a glossary with a portal that identifies this cultural action of these young people will be enriched by interactive learning between youth and adults, between youth and society, between young and developing new courses this trilogy promote communication.

INTRODUCCIÓN

Con los procesos de crecimiento tecnológico es indudable que existe un crecimiento cultural bajo una influencia de la comunicación reconocida como el lenguaje de la esquina o determinadas como terminologías populares de los adolescentes y jóvenes en el marco particular de los estudiantes de bachillerato especialización de sociales del Colegio Fiscal José María Velasco Ibarra, por lo tanto esta investigación asentada en la realidad propia de sus actores, busca y promueve obtener resultados que logren proyectar el tipo de comunicación que este segmento humano de la sociedad milagreña promueve con su lenguaje diariamente mediante las TIC(Tecnologías de la Información y la Comunicación), lo que amerita a que la UNEMI se interese por procesar e investigar estos hechos de la realidad del área de influencia educativa y cultural que tiene nuestra alma mater. Por eso es muy importante destacar y reconocer que es lo que dicen nuestros jóvenes, como se comunica esta juventud de la patria ecuatoriana y que proyectos y acciones plantean con su comunicación popular ante ello, promovemos detectar la terminología que contribuya al mejoramiento de la comunicación entre jóvenes y adultos, detectar la importancia que tiene el conocimiento de esa fraseología juvenil en su comunicación interpersonal, que es lo que vienen utilizando los estudiantes de bachillerato del Colegio Velasco Ibarra pero que este sector constituye solo una parte micro social de este nuevo lenguaje interactivo y comunicativo que se usa con los diferentes dispositivos tecnológicos computacionales. Esta acción investigativa motivara el interés de los jóvenes que mantiene este cuadro comunicacional que bajo su perspectiva y empoderamiento de su sistema de conversación les va otorgando un espacio muy propio del derecho constitucional a la libertad de expresión que no puede ser vulnerada ni pignorada por ningún poder del estado ecuatoriano es mas se hace menester encontrar todos los vocablos, frases y oraciones que ellos constituyen día a día para insertarlos con el nuevo glosario de expresión que permita acercarlos para todo el conjunto de la sociedad porque mientras mejor se reconozcan estos nuevos móviles de comunicación la sociedad se desarrollara de mejor manera bajo el principio dialéctico de la unidad comunicación jóvenes-adultos.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La comunicación es uno de los aspectos más importantes en el desarrollo efectivo de una sociedad, tanto en el ámbito político, económico, social y cultural, pero se torna en un problema cuando su propósito que es el de informar se ve distorsionado por ciertos términos ambiguos y rimbombantes que son utilizados como medio de transmisión de mensajes.

El funcionamiento de las sociedades humanas es posible gracias a la comunicación, de modo que algunas sociedades de personas necesitan el uso de términos populares como estrategia para transmitir un mensaje eficiente; y sobre todo que sea entendible por el populacho o por las masas; sin embargo quienes no lo usan caen en vulgarismo o simplemente son malos comunicadores.

Los jóvenes y adolescentes de nuestro medio requieren urgentemente un medio empático de comunicación con el cual se vean identificados y cómodos con quienes establecen algún tipo de comunicación, ya que el problema radica en que no conocemos los términos o palabras adecuadas para referirnos a ellos.

Actualmente en nuestra sociedad el vulgarismo, se suscita con frecuencia en la mayoría de los jóvenes, por cuanto se puede dar un aumento en estas palabras como medio de comunicación.

La comunicación es el intercambio y combinación de palabras que coordina el sentido del mensaje que se está hablando en los ámbitos sociales, políticos, económicos y culturales.

Los jóvenes y adolescentes explican de una manera individual en ordenar acciones ya que los términos que son utilizados por ellos mismo no son entendibles por las personas adultas que están en su entorno, por cuanto no son transmitidos como debe de ser o por no prestar la debida atención, se producen malos entendidos.

Este contenido sirve para demostrar que existen personas que al momento de informarse dependen mucho de su capacidad para comunicarse, con la solución de enfrentar las demandas de la sociedad.

La comunicación que existe en una sociedad ya sean ricos o pobres utilizan las mismas terminologías de palabras y frases populares como estrategia, para difundir un mensaje.

Los adolescentes que se comunican con este tipo de lenguaje es muy común escucharlo entre ellos ya que estaríamos hablando de un tipo de cultura diferente que ellos mismos han creado como forma de comunicación.

1.1.1 Problematización

Según (Ambar Galárraga Del Prado 2012¹) el idioma castellano es muy complejo, y la falta de dominio del mismo crea confusiones y equivocaciones al momento de hablar o escribirlo. La educación es el factor fundamental para el dominio del idioma. Desde que se es muy pequeño, el ser humano debe aprender el medio más importante de comunicación, que es el lenguaje; pero cuando este no es bien aprendido desde la niñez, aparecen los llamados vulgarismos. Los vulgarismos son palabras, frases u oraciones que el vulgo o las personas poco cultas dicen o escriben y aquellos van transmitiéndose de generación en generación a través del tiempo. Debido al sistema actual de educación, cada vez es menor la corrección de los mismos. Cada cultura crea sus propios vulgarismos de acuerdo con la ubicación y al nivel social que pertenezcan. Cuando una forma antigua ha caído en descenso, la moderna adquiere prestigio perdiendo su carácter vulgar, En esos casos, a la forma anticuada se le denomina arcaísmo y sólo se emplea en hablas muy conservadoras, tales como el lenguaje jurídico.

El lenguaje refleja nuestro grado de cultura y educación. Son nuestras palabras las que quedan en la mente de los demás, pues lo que más impacta en ella es la forma de expresarnos, de qué

¹ *Ambar Galárraga Del Prado 2012*

y cómo hablamos, y principalmente cómo la hicimos sentir. Nuestras palabras son tan poderosas que pueden construir o destruir y de nosotros depende que nuestro lenguaje sea adecuado y proyecte una excelente imagen. Pues podemos vernos muy bien arreglados o elegantes, pero si al abrir la boca producimos desencanto no servirá de mucho que nuestra presentación personal sea impecable.

Debemos darnos cuenta que vivimos en un mundo cambiante donde el que dirán predomina en la mayoría de la vida de los jóvenes, ya que a esa edad carecemos de identidad propia y nos dejamos influenciar de la sociedad. ¿Qué se puede hacer en este caso?, no podemos nadar contra la corriente el mundo gira y todo cambia pero si podemos informar sobre lo que significa ciertas terminologías populares, mas no para degenerar el lenguaje si no para que sepamos a que nos podríamos enfrentar en un futuro. La comunicación puede verse afectada por el desconocimiento de palabras del vulgo y podría general malos entendidos en nuestra sociedad por eso es necesario tener el conocimiento del significado de las palabras del vulgo y se puede afianzar una mejor comunicación en la sociedad.

1.1.2 Delimitación Del Problema

Lugar: Ecuador, Prov. Guayas, Cantón Milagro

Área: Diseño Gráfico y Publicidad

Tiempo: 2011

1.1.3 Formulación Del Problema

¿Cuál es la incidencia que tiene la terminología popular de los jóvenes Milagreños en la comunicación?

1.1.4 Sistematización del Problema

- ¿Cómo es actualmente el vocabulario dentro y fuera de clases de los alumnos del Colegio “José María Velasco Ibarra” especialización social ubicada en el cantón Milagro, provincia del Guayas?

- ¿Cuán necesario es conocer los factores que influye en la comunicación interpersonal dentro de clases de los alumnos del Colegio “José María Velasco Ibarra” especialización de sociales ubicada en el cantón Milagro, provincia del Guayas?
- ¿Cuán factible será desde el punto de vista del talento humano el utilizar terminologías populares para el mejoramiento en la comunicación dentro y fuera de clases de los alumnos del Colegio “José María Velasco Ibarra” especialización sociales ubicada en el cantón Milagro, provincia del Guayas?

1.1.5 Determinación del Problema

Terminologías populares como influencia cultural en los estudiantes de bachillerato de la especialización de sociales del colegio fiscal José María Velasco Ibarra del Cantón Milagro.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Establecer el significado de los términos populares más utilizados por los jóvenes milagreños; para optimizar el proceso comunicacional entre adolescentes y adultos.

1.2.2 Objetivo Específicos

- Detectar la terminología popular que contribuye en el mejoramiento de la comunicación entre jóvenes y adultos.
- Determinar qué importancia tiene el conocimiento de la terminología para su comunicación interpersonal.
- Analizar las terminologías que actualmente utilizan los estudiantes de bachillerato de la especialidad de Sociales del Colegio Fiscal José María Velasco Ibarra.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la Investigación

Esta investigación identifica el campo problemático en la terminología popular que los jóvenes utilizan en su comunicación nos permitirá identificar que herramientas comunicacionales usar para permitir la fluidez del mensaje interactivo, con el fin de mantener una eficiente correspondencia que incremente la empatía y el acercamiento entre jóvenes y adultos.

Ante el desarrollo vertiginoso de la comunicación digital y virtual, es menester que amplíemos el segmento de usuarios jóvenes que se comunican a través de sus mensajes (sms, messenger, redes sociales, etc.), que se sienten identificados con su propio léxico a fin de mantener su propia identidad personal.

Es de suma importancia que con la utilización del sistema informático vigente este sector poblacional que a futuro será los ejes del desarrollo del Cantón Milagro deben estar previsto de este tipo de portal web interactivo que les haga atractiva su inserción y vinculación con este medio comunicacional.

Es indudable que al no impulsar este proyecto nos sentiríamos responsables de acción y omisión por ser discriminadores y excluidores de esta masa juvenil que busca y promueve tener su legítimo espacio comunicacional bajo la implementación de términos y expresiones con las que se identifican y tienen una gran fluidez de comprensión.

De modo que se constituía importante las formas de comunicación que los jóvenes decodifican para establecer nexos de empatía, simpatía, y de esta forma hacer más efectivo el proceso comunicacional entre jóvenes y adultos; en diversas maneras: cuando se necesite abordar temas de actualidad como; las drogas, el sexo, la delincuencia, las pandillas, etc., e inclusive será de radical importancia para detectar problemas juveniles a tiempo.

La investigación se basa en identificar el problema de la actualidad que inquieta directamente a las personas adultas del cantón Milagro, el recurso de esta labores ofrecer a la sociedad una herramienta más fácil de comunicación para conocerlas terminologías que utiliza la juventud hoy en día.

Los adolescentes de hoy se han desarrollado en un ambiente diferente al de los adultos. Hoy en día, la mayoría de los medios de comunicación presentan un rol importante en la transmisión de palabras y en la conducta de los jóvenes.

Los adolescentes en cierto tiempo toman transformaciones en su manera de comunicar, ya sea por sentirse integrado en ciertos grupos sociales como: en reuniones con sus amigos, en clases o en una reunión familiar; la cual se ve como cambios que ocurren en ciertos períodos de tiempo.

El efecto que produce el desconocimiento del significado de ciertas palabras o términos populares, va dañando poco a poco la comunicación y el grupo social distorsiona su dialecto. Los jóvenes que usan estos términos se vuelven desestabilizadores e influyen en los demás chicos de su entorno, pues el ser humano es un ente social y su entorno es un factor que afecta a su proceder.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes históricos

Según (*Álvarez Martínez*, 2008)², los vulgarismos son las “expresiones o términos empleados por personas de poca cultura, que suelen caracterizar el lenguaje hablado”. No hay que confundirlos con la definición de los vulgarismos que es: “las palabras propias de las lenguas vulgares, producto de la 'corrupción' que sufrió el latín, lingua franca de buena parte de Europa y el norte de África, que fue derivando las lenguas románicas actuales.”

Según (*Piedad Villavicencio Bellolio*, 2009³) Para el DRAE, vulgarismo es un ‘dicho o frase especialmente usada por el vulgo’. Pero, ¿qué es vulgo? La respuesta nos la da el mismo diccionario en sus dos primeras acepciones: El común de la gente popular. // Conjunto de las personas que en cada materia no conocen más que la parte superficial. Entonces, según los significados anteriores, ¿las personas ilustradas, esas que tienen títulos académicos, no emplean vulgarismos? Este grupo de personas, obviamente, usan un lenguaje esmerado, culto; pero, aun así, creo que a más de un hablante de este conjunto alguna vez se le escapó una pronunciación o una estructura gramatical defectuosa; y, precisamente, a estos fenómenos lingüísticos se los conoce como vulgarismos.

² *Álvarez Martínez*, 2008

³ *Piedad Villavicencio Bellolio*, 2009

Según (*Varela Ortega, 2009*⁴), los vulgarismos son "expresiones que se hacen extensivas a otras piezas léxicas por desconocimiento de la forma léxica que ha fijado la norma". Es, por tanto, una forma léxica incorrecta y contraria a la considerada lengua culta. La lista de vulgarismos es muy grande, ya que mucha gente se encuentra aislada de la norma y comete estos "errores", sin embargo tampoco son signo de incultura, por ejemplo existen ciertas palabras consideradas vulgarismos pero que tan solo se trata de arcaísmos (*fierro, platicar, dizque*, etc). Las causas más comunes para la creación de un vulgarismo es el cruce de dos palabras con formas parecidas: *inflingir** (infringir e infligir), *ostentóreo** (estentóreo y *ostentoso*); confusión de los prefijos y sufijos: *trasgiversar**, *contra más**... ; y ultracorrección (*expléndido**).

Del latín *vulgāris*, **vulgar** es **alguien o algo perteneciente o relativo al vulgo** (el común de la gente popular). El concepto hace referencia a aquello que es impropio de personas cultas o de buena educación. Por ejemplo: "El jugador hizo un gesto vulgar a la tribuna cuando fue reemplazado por su entrenador", "La estrella pop volvió a demostrar que es una persona vulgar al mostrarse sin ropa interior en público", "No hay nada más vulgar que masticar con la boca abierta".

Las denominadas palabrotas, malas palabras o groserías forman parte de la vulgaridad. La aceptación social de cada palabra es cultural y sólo puede entenderse en el marco de una sociedad determinada. Esto quiere decir que hay términos que son ofensivos para un pueblo e inocuos para otros.

El lenguaje vulgar, de todas formas, trasciende a las malas palabras. Una persona puede hablar de forma vulgar sin utilizar impropiedades. Si una persona le dice a un anciano "camina más rápido, viejo, que estoy apurado" está siendo vulgar e irrespetuoso aún cuando no utilice palabrotas.

Lo vulgar también está vinculado a expresiones que atentan contra aquello que se considera sagrado o que se involucran con temas que son tabú (como el sexo).

⁴ *Varela Ortega, 2009*

Por otra parte, existen gestos (levantar el dedo medio hacia otra persona), actitudes (hurgarse la nariz) y hasta vestimentas (que no cubren las partes íntimas) que hacen que una persona sea considerada vulgar.

Otro uso del término, por último, está relacionado con lo general o habitual (en contraposición a lo especial o técnico): “Es una computadora vulgar y corriente, sin grandes prestaciones”

Cuando a alguien o algo se lo tilda de vulgar es porque sus características, comportamientos, aspecto, entre otras cuestiones, nos dicen que es un digno representante del vulgo, tal como se denomina al común de la gente popular.

En tanto, el uso más corriente que se le da al término, teniendo en cuenta lo mencionado, es para referir aquello que es impropio de las personas cultas o que cuentan con una buena educación.

María hizo un gesto sumamente vulgar tras derrotar a su rival. Hablar con la boca llena resulta ser el hábito más vulgar que detesto.

Las groserías, las malas palabras, también denominadas palabrotas y algunos gestos, tales como levantar el dedo del medio, hurgarse la nariz con el dedo y tomarse con las manos los genitales, se consideran como vulgares. De todas maneras, en lo que a lenguaje respecta, existen algunas palabras que solo tienen un significado vulgar en una determinada sociedad o comunidad, justamente por la aceptación social que se le ha dado a la misma, por tanto, puede ser que cuando se la emplee en otro país su significado no remita ninguna connotación vulgar.

Pero ojo, que las malas palabras no conforman con exclusividad el lenguaje vulgar sino que este tipo de lenguaje trasciende a las malas palabras, es decir, una persona puede hablar muy vulgarmente sin haber empleado una sola mala palabra. Por ejemplo, cuando en un supermercado un joven le dice a una señora: *correte vieja que no puedo pasar*, está usando palabras que no guardan vulgaridad en sí mismas, sin embargo, el tono, el modo absolutamente irrespetuoso en especial contra un mayor hacen que el comentario sea considerado muy vulgar.

Por otro lado, a la vulgaridad se la suele vincular con cuestiones sexuales, por ejemplo, cuando alguien se refiere al sexo utilizando las palabras más vulgares con las que se denominan a los genitales masculinos o femeninos.

Otro uso de la palabra se da para referir a aquello que es común o general y que se opone por tanto a lo técnico.

Asimismo, cuando algo se presenta falto de originalidad se lo suele denominar vulgar.

Vulgarismo es uno de los nombres dados a las formas lingüísticas menos prestigiosas, impropias del habla culta y que en gran parte de los casos no están aceptadas como correctas por las instituciones oficiales dedicadas a la lengua.

También podemos definir al vulgarismo como aquel fenómeno lingüístico, de carácter popular, no aceptado por la lengua de uso. Suelen ser utilizados por el vulgo y pueden presentarse como dichos, frases o palabras. En ocasiones llegan a deformar el idioma.

Estos pueden ser léxicos, prosódicos, morfológicos y sintácticos.

Es habitual que las innovaciones sean tenidas por menos prestigiosas y las formas más conservadoras tengan más prestigio. Esto es así incluso en el caso de que la forma innovadora sea la usada en la práctica por la totalidad de los hablantes.

En los ejemplos siguientes, formas innovadoras mayoritariamente usadas en España, y sin embargo menos prestigiosas, son: *andé*, *sentaros*, *iros*... Y, también en gran parte de España y partes de América, *mirastes*, *cantastes*... En otras partes del mundo hay palabras como *habían* y *hubieron*, que son despreciadas por los sectores más tradicionales de la sociedad.

Cuando una forma antigua ha caído en desuso, la moderna adquiere prestigio perdiendo su carácter vulgar. En esos casos, a la forma anticuada se le llama arcaísmo y sólo se emplea en hablas muy conservadoras, tales como el lenguaje jurídico. Por ejemplo, en España la palabra *fierro* se considera un arcaísmo. En Chile, en cambio, *hierro* pertenece exclusivamente al lenguaje literario y excesivamente formal.

Puede darse también el caso de competencia entre formas igualmente antiguas, una de las cuales es tenida por menos prestigiosa. Por ejemplo *estonces* (forma menos prestigiosa) frente a *entonces*.

El diferente prestigio de las distintas formas es una cuestión puramente social (por más que a veces se intente dar justificaciones lingüísticas como la etimología o la *lógica* de la lengua). Ninguna forma es mejor que otra en sí misma.

En las sociedades en las que existen instituciones oficiales dedicadas a la lengua —como es el caso de España con la Real Academia Española— las directrices de tales organismos suelen tener gran influencia en la consideración de prestigiosa o no de cada una de las formas por parte de los hablantes. El diferente prestigio de las distintas formas lingüísticas es un factor importante en la evolución de una lengua.

Es bien sabido que uno de los principales métodos por los cuales evoluciona una lengua es mediante el argot, la jerga y los vulgarismos. Esto ha sucedido desde que el ser humano empezó a balbucear palabras, cuando aún no existía la distinción entre lenguaje culto y popular, sino que las diferencias obedecían a las formas de hablar propias de cada familia o clan aislado tras sus muros. De pronto una de esas variantes empezaba a adquirir prestigio, fuera porque en ella se expresaban los reyes o los más excelsos poetas, y pasaba a ser la joya de una minoría selecta, que trataba de conservarla prístina e inmaculada cual hermoso fósil, lejos de las ásperas gargantas de la chusma que pululaba entre el estiércol. De manera que dejaban al vulgo con sus horribles dialectos, que a fuerza de cotorrear sin cesar anécdotas soeces e inmundas, triviales y rastreras, se llenaban de fuerza y elasticidad, renovándose continuamente en una constante creación de palabras y significados. Era tal el descaro del populacho, que en ocasiones osaban arrimar sus sucios labios a la lengua dorada; y tal como temían los sabios, deformaban las preciosas palabras con horrendas transformaciones fonéticas, y retorcían su significado mediante absurdas metáforas y ridículas polisemias. Mas llegaba un momento en que algunos de los custodios de la lengua noble se fijaban en la que hablaba la plebe, y advertían que su vitalidad y extraordinaria riqueza léxica era no sólo sumamente expresiva, sino también agradable. De manera que la añadían a sus conversaciones y escritos, primero intercalando algunos términos, luego párrafos enteros, y por último se rendían a ella con la lascivia del neófito. La lengua infame se vengaba de la augusta arrinconándola en polvorientos anaqueles, donde libros que nadie entendía se pudrían

en el olvido. Así sucedió con el latín, muerto y enterrado por obra de sus hijas bastardas, las lenguas romances; y si éstas no corren la misma suerte sólo se debe a la acción decidida de las élites en forma de alfabetización en masa, medios de comunicación omnipresentes, y una vigilancia exhaustiva por parte de las Academias. Ahora, como siempre, la lengua oficial coexiste con la vulgar, pero sólo aquéllas que carecen de un organismo centralizador, como es el caso del inglés, corren cierto riesgo de verse suplantadas por éstas a largo plazo. De vez en cuando, como los reyes que concedían títulos de nobleza a los burgueses para que no se rebelaran, los diccionarios abren sus puertas a unos cuantos términos de baja estofa, a condición de que tengan unos cuantos años de vida y no se limiten a un reducido ámbito geográfico o social. Uno de los últimos en entrar en el Olimpo ha sido el célebre flipar, ampliamente utilizado en el castellano de España.

La etimología de los vulgarismos suele ser confusa, debido precisamente a su linaje espurio, y a que proceden con frecuencia de las ínfimas capas de la sociedad. El que suscribe estas líneas lleva oyendo y empleando el verbo flipar y sus derivados desde hace casi treinta años, de modo que tienen ciertos conocimientos de primera mano para hablar con propiedad, y puede así flipar con flipantes explicaciones sobre su origen. Por ejemplo, en cierta enciclopedia digital que pretende aunar sabiduría y democracia, y que por tanto está abierta a que cualquier ignaro añada o modifique lo que se le antoje, se lo pone como ejemplo en un artículo dedicado a la Etimología en general. Allí se afirma que se emplea “para describir una acción jocosa, superada, divertida. Tiene su origen en los popularmente conocidos juegos de Flipper, asociando la actitud de la persona con la gracia y el colorido que se muestra en dichos juegos”. Es evidente que el autor de esta insensatez es algún jovenzuelo que utiliza este término desde hace poco, y que por tanto desconoce sus orígenes, su significado original y las diversas acepciones que aún mantiene, muy distintas de las que él emplea con su grupete de amigos. Como dice el poeta, “la palabra es plata y el silencio es oro”.

La palabra flipar arrastra el doble estigma de ser vulgarismo por parte de padre, y anglicismo por parte de madre. En efecto, su origen se encuentra en el verbo inglés to flip, que antes de tener en Norteamérica el significado genérico de “agitar, sacudir”, como dice la Real Academia, ya se empleaba en Gran Bretaña desde hace medio milenio. Nació seguramente como una onomatopeya, para imitar el ruido sordo ocasionado al restallar el pulgar contra otro dedo: bien contra la yema del dedo índice o corazón, lo que se conoce como castañeta,

como hacía el entrañable Vickie el Vikingo cuando se le ocurría una idea genial, o cuando lanzamos una moneda al aire o sobre una mesa; bien contra la uña o envés y producir así un movimiento de palanca, como hacemos para dar un capirotazo en la cabeza de quien se muestra lerdo y torpe, o para expulsar el molesto moco que se nos queda pegado tras hurgar en la nariz. A partir de este chasquido con el pulgar, el verbo extendió su significado a cualquier golpe o movimiento producido rápidamente con los dedos, como cuando nos quitamos de encima una mosca, o tiramos al suelo las migas que se amontonan en la mesa; o como cuando pasamos las hojas de un libro o damos la vuelta a un filete en la sartén, que es lo que significa hoy día flipar en portugués.

El instrumento que realiza un flip, un chasquido, es un flipper, como el mítico encendedor que producía ese ruido al restallar el pulgar no contra otro dedo, sino contra una ruedecilla para prender fuego. Pero flip amplió también su significado a “dar un manotazo o palmetazo”, de suerte que flipper pasó a ser sinónimo de aleta que palmeteaba en el agua, como las que lucen las tortugas, pingüinos o focas; o los delfines, como el celeberrimo Flipper, razón por la cual mereció ese nombre. Pero las aletas también pueden golpear en el aire, como hacen las focas amaestradas que juegan a la pelota. Y a propósito de ello, antes era omnipresente ver en cualquier bar cierta máquina recreativa, en la cual una pelotita lograba puntos al chocar contra obstáculos luminosos, y para evitar que cayera por un agujero era necesario darle un palmetazo. Para ello se empleaban dos palas situadas a ambos lados, remedo de las aletas, llamadas por tanto flippers, nombre que pasó por metonimia a denominar el artefacto entero, además de pinball o máquina del millón.

A partir de aquí nuestra palabra empieza a fijarse en otros significados. Como el flip era un golpe seco y rápido, produjo un derivado, flippant, que originariamente significaba “rápido, suelto”, y por extensión, “ágil, vivo, despierto, animado”. Un comportamiento flipante era propio de quien manejaba algo con suma facilidad y ligereza, ya fueran los pies al bailar, la espada al pelear, o la lengua al hablar. Esta última acepción acabó por prevalecer, de manera que el flipante era alguien ingenioso con facilidad de palabra. Pero del locuaz al lenguaraz hay una frontera muy fina, como vemos continuamente en los graciosillos que no saben contenerse. De manera que flipante acabó por adquirir connotaciones negativas, y pasó a designar al que habla de manera frívola e irreflexiva, e incluso se muestra borde e

impertinente. De este flippant inglés no deriva propiamente el flipante español, si bien de alguna manera el significado de aquél ha pasado a formar parte también del nuestro.

Pero sigamos flipando con flip, que de ser un golpe seco con los dedos pasó a ser por un lado la sacudida y agitación de que nos habla la Academia, y por otro un puyazo con la uña, de donde “agujón, punzamiento”, y por abstracción, “estimular, avivar”. Y en este punto, este término, que pertenecía con toda propiedad al lenguaje oficial, se desliza como suele suceder al vulgar, con el significado de “excitarse de repente”, sea en el sentido de entusiasmarse o enfurecerse. Y con esta acepción pasa a la jerga de los hippies y luego de los psicodélicos, todos los cuales tienen algo en común: el uso y abuso de toda clase de drogas, sean estimulantes o narcotizantes. En ese ambiente se crea una expresión, flip one's lid, que significa literalmente “sacudida de tarro”, y que podríamos traducir con propiedad por “estar zumbado”. Aislado flip del resto de la frase, sigue una evolución semántica comprensible: las sensaciones extremas que producen tales sustancias se reflejan en el lenguaje, de manera que flip se convierte en la excitación, el entusiasmo o la furia llevada al paroxismo, sin orden ni control; mientras que el flipped, por su parte, es quien se comporta de manera irracional y enloquecida por efecto del consumo de drogas.

Estas acepciones son las que pasan al francés mediante el verbo flipper, que de ser la angustia y los terrores paranoicos provocados por las drogas, se utiliza en la actualidad como equivalente a “tener miedo”, o dicho de manera vulgar, “estar cagado” por cualquier motivo. El castellano, sin embargo, se fija en aspectos menos negativos: el flip es el flipe, la excitación o estupefacción causada por los estupefacientes; el flipped, el flipado, es un simple sinónimo de drogado; flipar se convierte en experimentar las alucinaciones producidas por las drogas; y fliparse equivale a drogarse. Cuando estos términos se extiendan fuera del ámbito drogadicto, adquirirán nuevos significados más alegres que coexistirán con los otros: de esa manera, flipar y sus derivados se convertirán en “alucinar, estar estupefacto, estar atónito” por un lado, y “estar encantado, entusiasmado, maravillado” por otro.

Así que ya ven cómo, de un simple chasquido de dedos, hemos llegado a las paranoias de las drogas que nos hacen ver aletas de delfín en una máquina recreativa. El verbo flipar ha arraigado profundamente en el lenguaje, en especial el de los jóvenes, razón por la cual la Academia lo ha admitido en su seno. Sin embargo, de un tiempo a esta parte se ha vulgarizado el vulgarismo, y de ser un intransitivo muchos lo utilizan como transitivo:

fliparlo. Es una expresión tan incorrecta como decir lo alucino, lo estoy maravillado, o me lo entusiasma, e imagino que su origen se deberá a indigencia verbal y pereza gramatical: decir flipo con eso exige emplear las malhadadas preposiciones, aparte de alargar la frase, así que cortamos por lo sano y lo reducimos a lo flipo. El tiempo dirá si esta expresión arraiga e incluso erradica la anterior, pero a despecho de pasar por el típico carroza que quiere conservar un lenguaje académico fosilizado y caduco, ya les advierto que lo flipo es un desatino y, para mis oídos, bastante cacofónico.

Al igual que las comunidades que las utilizan, las lenguas son entidades cambiantes o, como ya lo decía (**Ferdinand de Saussure**, 2009⁵), ríos que fluyen, con mayor o menor velocidad, incesantemente. Y estos cambios se deben a diversos motivos enmarcados en cuestiones geográficas, en la diversidad cultural de los países y regiones, en sus acontecimientos sociales, políticos, económicos, tecnológicos, etc. Es por ello que, con el transcurrir del tiempo, una misma lengua puede tomar caminos un tanto diversos en distintas regiones. En el caso específico del castellano (y de los términos vulgares e insultos a los que se refiere este glosario), vemos cómo la misma lengua varía de un país a otro del continente americano, llegando a dificultar la comunicación en algunos casos.

Los insultos y los términos vulgares (que no siempre son insultos) parecen ser un común denominador de todas las lenguas y, dentro de cada comunidad lingüística, de todos los estratos sociales. Sus orígenes vienen de la mano de la génesis misma de las lenguas y de la propia naturaleza de los hablantes, quienes encuentran en ellos una de las formas más primitivas de referirse a ciertas realidades del mundo que los rodea, en especial a aquellos temas que son considerados tabúes para la sociedad. Sin duda, es el sexo y sus temas afines los que parecen ser la mayor fuente de inspiración para la creación del más bajo registro lingüístico de la comunidad.

Desde el punto de vista psicológico, el insulto, por ejemplo, es la manifestación explícita de cierta carga agresiva de la persona que lo profiere. Ciertamente constituye una de las formas más directas de exteriorizarla y suele presentarse como reacción o respuesta inmediata a la causa que lo genera. Aunque esta causa puede ser de diversa índole, generalmente se trata de algo doloroso, como una situación frustrante (Ej. pérdida de un examen), dolorosa físicamente (Ej. una herida) o emocionalmente (Ej. enfermedad de una persona querida), o de una

⁵ *Ferdinand de Saussure, 2009*

rivalidad o enfrentamiento con el prójimo. Lo cierto es que luego de proferir un insulto, más allá de los sentimientos de culpa que puedan generarse, un sentimiento de alivio suele ser una constante.

A medida que el tiempo va avanzando nos vamos encontrando con palabras sumamente extrañas, palabras que tal vez en nuestros tiempos jamás las hemos escuchado pero es ahora que los adolescentes con sus mentes frescas y creativas crean un nuevo estándar de palabras, que para algunos no tendrán significado pero para ellos y su sociedad es totalmente entendible.

La palabra vulgarismo vienen del latín vulgus (el vulgo, el pueblo), y más concretamente del adjetivo vulgaris (del pueblo). Si en sentido popular puede entenderse vulgarismo como una expresión o palabra de registro popular y no del habla culta, exactamente vulgarismo en lingüística es otra cosa.

Pero los cambios no se producen al azar, sino siguiendo en general leyes fijas en cada zona. La eliminación de la declinación latina dejó solo una forma para las palabras.

Todos los idiomas cuentan con una variación concreta conocida como la lengua estándar que, sin ser necesariamente la más prestigiosa, sí es la más utilizada o la que todo hablante debería ser capaz de emular en un determinado momento, en aras de una buena comunicación. Sin embargo, existen como sabemos numerosas variedades dialécticas, sociales y contextuales. Una de las más interesantes no responde a un dialecto, situación o condición concreta. Se trata, en todo caso, de una variación vulgar, pero no intencionada ni concreta, sino espontánea.

Esta variación vulgar espontánea es la que se da, generalmente, entre personas poco instruidas en el uso del idioma, que lo adaptan a como ellos creen que debe emplearse.

El señor (**Juan Recaredo**, 2011⁶) escribió un editorial con el título “Las Palabras Tienen la Palabra / EL VULGO ES EL PUEBLO”

¡Ay, qué señor tan vulgar...! Exclama una dama encopetada con el mismo tono con el que Doña Florinda dice: vente tesoro, no te juntes con esa chusma, menospreciando a los aludidos

⁶ *Juan Recaredo, 2011*

porque según ella pertenecen a una muy baja clase social. La dama encopetada seguramente se referiría a un tipo que se expresaba con palabras soeces y otras groserías.

En ese caso, la dama estaba usando el adjetivo “vulgar” para señalar algo corriente y del peor gusto... y cuando yo le digo a usted que le voy a mencionar algunos vulgarismos, a lo mejor va a pensar que le voy a reproducir aquí algunas de esas groserías o insultos que “acorriantan” el hablar, pero no es necesariamente así.

El vulgo en la antigüedad eran “las grandes masas del pueblo” que se supone que por lo general son gente poco culta y los vulgarismos, simplemente son vocablos que se dicen mal, cambiándoles una o dos letras, como los dice el vulgo, el pueblo, como decir “demen” en lugar de “denme” que es lo correcto.

Los vulgarismos son errores que se cometen con más frecuencia de lo que uno piensa y es de veras sorprendente comprobar que se dan aún en los ambientes más refinados, en donde se supone que impera una cultura mucho más alta que la media común.

Como a nosotros, tal vez a usted le haya tocado también escuchar al maestro universitario que dice “haiga” o como le sucedió a éste su servidor, que en una ocasión le tocó escuchar al Secretario de Educación del Estado, en una llamada que se transmitía por televisión, diciendo que “hay alumnos que DESIERTAN de las escuelas” ignorando que el verbo DESERTAR es regular y que por lo tanto debió usar la forma DESERTAN.

Este editorial tiene mucha razón en que no solo las personas de clase baja utilizan las palabras del vulgarismo si no a veces escuchando adolescentes de clase alta con vocabulario soez. El vulgo no conoce clases sociales, incluso creo que el utilizar palabras extrañas se está poniendo de moda entre los jóvenes.

El español (**Mikel Aingeru**, 2008⁷), como todas las lenguas, dispone de formas vulgares para referirse a algunos conceptos; muchas de estas formas han aparecido en los capítulos anteriores de este manual. Sin embargo, las formas vulgares no se agotan en los insultos, las maldiciones y los votos, y en los apartados siguientes las presentamos ordenadas en estas categorías: la sorpresa, la negación, las muletillas, el sexo masculino, el sexo femenino, joder, escatología y religión.

⁷ **Mikel Aingeru**, 2008

¿Por qué usamos términos vulgares?

Por ignorancia. Muchas personas tienen un vocabulario pobre.

Porque resultan contundentes y enérgicos, y en algunas situaciones hay que demostrar energía o fortaleza: cuando se está enfadado, en desafíos, para despreciar a otros, para demostrar liderazgo...

Para distender y relajar el ambiente. El lenguaje vulgar puede servir para que dos o más personas hablen de igual a igual. En este sentido, puede ser un recurso para acercarse a personas que no conocemos.

En cualquier caso, un estudiante de español como lengua extranjera debe conocer las formas vulgares y la intención de los hablantes al usarlas, pero no deben utilizarlas de forma activa porque si no se domina el tono o el matiz de cada una de ellas puede conseguirse un efecto contrario al deseado.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Fundamentación psicológica

La formación de la identidad personal se ha definido como una forma individual del ser humano en cuanto a relaciones interactivas hacia el mundo circundante se refiere. El ser humano por otra parte conoce al mundo a medida que lo va integrando a su vida activa diaria, con nuevas formas de relacionarse día a día.

En esta fundamentación la actividad humana se expresa como una síntesis que integra a manera de tres momentos o dimensiones de la forma existencial de la realidad social: la actividad práctica, la actividad cognoscitiva y la actividad valorativa.

Según los diferentes estudios que se han realizado, demuestran que el estudiante de bachillerato convive con influencias positivas y negativas a lo largo de su vida estudiantil. No obstante la necesidad de fortalecer la formación de valores de las nuevas generaciones mediante un sistema de información sobre palabras populares que en la actualidad ocupa un gran espacio entre la interactividad de jóvenes y la sociedad.

Fundamentación filosófica

Desde el punto de vista filosófico las prioridades se orientan hacia una mejor comunicación entre los jóvenes y particulariza la forma de comunicación en la sociedad.

En atención a lo anteriormente expuesto, se propone un modelo transversal que vincule el contexto con la acción escolar, familiar y sociocultural; que actúe como factor de superación de los problemas que afectan la calidad de la educación; que transforme la práctica pedagógica y que actualice y sincere el hecho educativo.

Los datos expresan una alta correlación sobre la necesidad de incluir en el accionar cotidiano como elementos básicos para la transformación social y para el fortalecimiento de las condiciones inherentes al ser humano.

El sujeto, por otra parte, como categoría filosófica, designa al hombre socio-históricamente determinado y portador de la práctica social.

Fundamentación sociológica

El proceso por el que los nuevos miembros se integran en la sociedad mediante el aprendizaje de sus instrumentos de convivencia. Como proceso es una sucesión de etapas y fenómenos en el tiempo marcado por los diferentes agentes de socialización o contenidos que van apareciendo en cada individuo, sociedad o momento. Si la sociología surge con la primera modernidad, la sociología de la educación lo hace en la segunda. El comienzo de sociología de la educación tiene un principio totalmente funcionalista. El sistema educativo es el encargado de la modernización de la sociedad, adecuando el cambio tecnológico.

Fundamentación pedagógica

El proceso de educación, desde la diversidad y la especificidad de los sujetos, es cada vez más necesario en las instituciones educativas y necesita de la búsqueda creadora en el sistema formal, sobre todo, debe estar en condiciones de aprovechar las oportunidades que presenta la familia para actualizar, profundizar y enriquecer el conocimiento.

La educación es un proceso cuya finalidad es el pleno desarrollo del ser humano; es el vehículo de la cultura y los valores como construcción de espacios de socialización, a su vez, en la práctica pedagógica debe buscar los métodos y vías para favorecer el desarrollo

personal y grupal de los adolescentes desde las potencialidades de los aprendizajes sociales que ellos brindan.

Por todo aquello dentro de los procesos de educación formal y regular debe insertarse el sistema de comunicación alternativo vinculado a la falta de información sobre las terminologías populares.

Fundamentación legal

Derechos de propiedad intelectual

Legislación Nacional - Ecuador

Ley de la propiedad intelectual

Art.1. El Estado reconoce, regula y garantiza la propiedad intelectual adquirida de conformidad con la ley, las Decisiones de la Comisión de la Comunidad Andina y los convenios internacionales vigentes en el Ecuador.

La propiedad intelectual comprende:

1. Los derechos de autor y derechos conexos.
2. La propiedad industrial, que abarca, entre otros elementos, los siguientes:
 - a. Las invenciones;
 - b. Los dibujos y modelos industriales;
 - c. Los esquemas de trazado (topografías) de circuitos integrados;
 - d. La información no divulgada y los secretos comerciales e industriales;
 - e. Las marcas de fábrica, de comercio, de servicios y los lemas comerciales;
 - f. Las apariencias distintivas de los negocios y establecimientos de comercio;
 - g. Los nombres comerciales;
 - h. Las indicaciones geográficas; e,

i. Cualquier otra creación intelectual que se destine a un uso agrícola, industrial o comercial.

Art. 2. Los derechos conferidos por esta Ley se aplican por igual a nacionales y extranjeros, domiciliados o no en el Ecuador

Art. 3. El Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI), es el Organismo Administrativo Competente para propiciar, promover, fomentar, prevenir, proteger y defender a nombre del Estado Ecuatoriano, los derechos de propiedad intelectual reconocidos en la presente Ley y en los tratados y convenios internacionales, sin perjuicio de las acciones civiles y penales que sobre esta materia deberán conocerse por la Función Judicial.

Art. 4. Se reconocen y garantizan los derechos de los autores y los derechos de los demás titulares sobre sus obras.

Art. 6. El derecho de autor es independiente, compatible y acumulable con:

La propiedad y otros derechos que tengan por objeto la cosa material a la que esté incorporada la obra; los derechos de propiedad industrial que puedan existir sobre la obra; y los otros derechos de propiedad intelectual reconocidos por la ley.

Art. 7. Para los efectos de este Título los términos señalados a continuación tendrán los siguientes significados:

Autor: Persona natural que realiza la creación intelectual.

Base de datos: Compilación de obras, hechos o datos en forma impresa, en una unidad de almacenamiento de ordenador o de cualquier otra forma.

Copia o ejemplar: Soporte material que contiene la obra o producción, incluyendo tanto el que resulta de la fijación original como el que resulta de un acto de reproducción.

Divulgación: El acto de hacer accesible por primera vez la obra al público, con el consentimiento del autor, por cualquier medio o procedimiento conocido o por conocerse.

Editor: Persona natural o jurídica que mediante contrato escrito con el autor o su causahabiente se obliga a asegurar la publicación y divulgación de la obra por su propia cuenta.

Emisión: Difusión a distancia de sonidos, de imágenes o de ambos, por cualquier medio o procedimiento, conocido o por conocerse, con o sin la utilización de satélites, para su recepción por el público.

Fijación: Incorporación de signos, sonidos, imágenes o su representación digital, sobre una base material que permita su lectura, percepción, reproducción, comunicación o utilización.

Licencia: Autorización o permiso que concede el titular de los derechos al usuario de la obra u otra producción protegida, para utilizarla en la forma determinada y de conformidad con las condiciones convenidas en el contrato. No transfiere la titularidad de los derechos.

Obra: Toda creación intelectual original, susceptible de ser divulgada o reproducida en cualquier forma, conocida o por conocerse.

Obra audiovisual: Toda creación expresada mediante una serie de imágenes asociadas, con o sin sonorización incorporada, que esté destinada esencialmente a ser mostrada a través de aparatos de proyección o cualquier otro medio de comunicación de la imagen y de sonido, independientemente de las características del soporte material que la contenga.

Obra colectiva: Es la creada por varios autores, por iniciativa y bajo la responsabilidad de una persona natural o jurídica, que la pública o divulga con su propio nombre, y en la que no es posible identificar a los autores o individualizar sus aportes.

Obra plástica o de bellas artes: Creación artística cuya finalidad apela al sentido estético de la persona que la contempla, como las pinturas, dibujos, grabados y litografías. No quedan comprendidas en la definición, a los efectos de la presente ley, las fotografías, las obras arquitectónicas y las audiovisuales.

Programa de ordenador (software): Toda secuencia de instrucciones o indicaciones destinadas a ser utilizadas, directa o indirectamente, en un dispositivo de lectura automatizada, ordenador, o aparato electrónico o similar con capacidad de procesar información, para la realización de una función o tarea, u obtención de un resultado determinado, cualquiera que fuere su forma de expresión o fijación. El programa de ordenador comprende también la documentación preparatoria, planes y diseños, la documentación técnica, y los manuales de uso.

Publicación: Producción de ejemplares puesto al alcance del público con el consentimiento del titular del respectivo derecho, siempre que la disponibilidad de tales ejemplares permita satisfacer las necesidades razonables del público, teniendo en cuenta la naturaleza de la obra.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

Afianzar: Afirmar, asegurar, apoyar.

Ambiguos: Incierto, confuso, dudoso.

Decodificar: Se conj. Como sacar.

Desertar: Apartarse de una causa, grupo o idea.

Empatía: Sentimiento de participación afectiva de una persona en la realidad que afecta a otra

Enraizar: Arraigar, echar raíces.

Fonogramas: Es una forma gráfica estable que adquiere el nombre a través del diseño.

Léxico: Repertorio de voces, modismos y giros de un autor.

Menester: Necesidad de algo.

Populacho: Bajo pueblo.

Rimbombantes: Ostentoso, llamativo.

Vertiginoso: Que se mueve muy rápido.

Videograma: Es una fijación audiovisual, o sea se compone de sonidos e imágenes en movimiento.

Vulgo: Conjunto de la gente popular, sin una cultura ni una posición económica elevada.

2.3 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.3.1 Hipótesis General

Si se establece un banco de datos que contenga los términos más utilizados por los milagreños a través de un portal web entonces podemos establecer problemas comunicacionales.

2.3.2 Hipótesis Particulares

- Si se detecta las terminologías populares que utilizan en sus formas de comunicación los milagreños entonces se contribuirá al mejoramiento de este proceso entre jóvenes y adultos.
- Si se determina la importancia de la utilización de terminologías se fomentara una mejor comunicación interpersonal.
- Si se analizan las terminologías que actualmente se utilizan como forma de comunicación por los jóvenes entonces se optimizara el proceso comunicacional.

2.3.3 Declaración De Variables

Variable Independiente

Utilización de terminología popular mediante un portal web

Variable Dependiente

Mejoramiento del proceso en la transmisión de la comunicación de jóvenes milagreños.

2.3.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Cuadro 1. Operación de Variables.

| VARIABLES | OPERACIONALIZACIÓN | INDICADORES |
|---|---|---|
| <p style="text-align: center;"><u>INDEPENDIENTE</u></p> <p style="text-align: center;">Utilización de terminología popular mediante un portal web.</p> | <p style="text-align: center;">En este portal web se estará dando a conocer las palabras más utilizadas por los jóvenes milagreños. Y que forman parte de su dialecto cotidiano.</p> | <p>Aumento en el número de visitantes en el portal web propuesto.</p> <p>Personas con un alto nivel de conocimiento sobre terminología popular dirigida a jóvenes.</p> <p>Padres y jóvenes mejoran su comunicación.</p> |
| <p style="text-align: center;"><u>DEPENDIENTE</u></p> <p style="text-align: center;">Mejoramiento del proceso en la transmisión de la comunicación de jóvenes milagreños.</p> | <p style="text-align: center;">Facultad que tienen las personas de transmitir, a otros informaciones sentimientos y vivencias de forma efectiva.</p> | <p>Padres de familia con conocimiento sobre los términos que sus hijos utilizan.</p> <p>Las redes sociales sirven de medios eficientes en los procesos comunicacionales.</p> <p>Jóvenes y adultos mejor comunicados con la utilización del portal web.</p> |

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL.

Cualitativa: Gracias al debido aporte que generará directamente el proyecto en estudio tanto a nivel político, económico, social y cultural, marcara las pautas necesarias para un buen desarrollo en la vida de los jóvenes bachilleratos, generando así un dialecto más factible entre ellos.

Tipo de Investigación

Por el lugar

De campo: La investigación se genera dentro de la ciudad de Milagro en el Colegio Fiscal José María Velasco Ibarra.

Los jóvenes obtendrán una base informática más detallada gracias al portal web interactivo creado especialmente para este proyecto generando así grandes expectativas.

Aplicada

Por los objetivos: Porque la investigación está basada en el planteamiento previo de objetivos a alcanzar.

Por la factibilidad

Proyecto factible: Porque el proyecto se lo puede realizar, es viable de modo que la investigación permitirá dar a conocer una gran cantidad de información necesaria respecto a los términos más utilizados por el vulgo.

Por la naturaleza

Descriptiva: Porque detallara cada uno de los componentes que integran el Portal web interactivo sobre palabras del vulgo dirigida a los jóvenes de bachillerato.

3.2 LA POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1 Características de la población

Nuestra población para la investigación es básicamente los estudiantes de 2do y 3ero de bachillerato de la especialización de sociales del Colegio Fiscal “José María Velasco Ibarra”. Son alumnos entre 16 y 17 años con una gran imaginación y creatividad al momento de responder preguntas. En nuestro registro tenemos de 171 alumnos y 171 padres de familia. La mayoría de condición económica media-media.

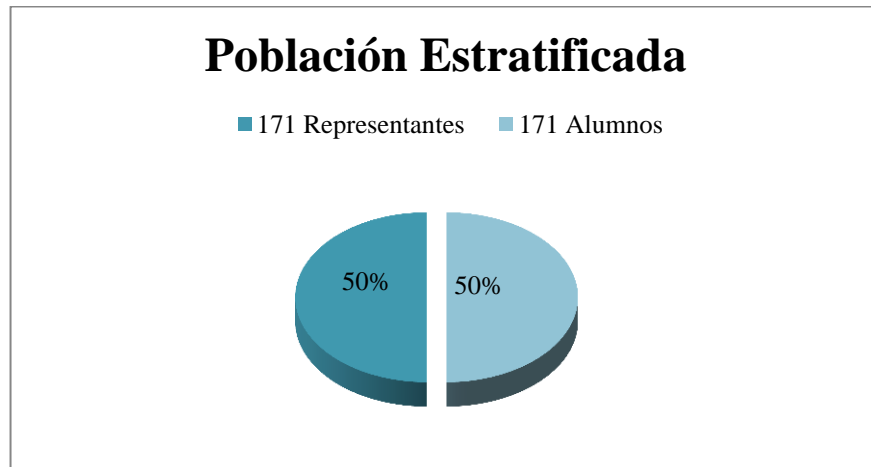
3.2.2 Delimitación de la población

Nuestra población está basada en una muestra de 171 alumnos y 171 representantes de los alumnos del bachillerato, seleccionados para obtener la información debida para seguir con nuestro estudio.

Cuadro 2. Delimitación de la población

| DELIMITACIÓN DE LA POBLACIÓN | | | |
|------------------------------|----------------|------------|-------------|
| OPCIONES | | NÚMERO | PORCENTAJE |
| a) | Alumnos | 171 | 50% |
| b) | Representantes | 171 | 50% |
| | TOTAL | 342 | 100% |

Figura 1. Delimitación de la Población



3.2.3 Tipo de muestra

Es de tipo aleatoria ya que es tomada al azar de entre su población y además está sujeta a la fórmula antes descrita, y será aplicada a padres de familia, estudiantes y docentes de forma casual.

3.2.4 Tamaño de la muestra

La muestra se basa en alumnos y padres de familia del Colegio Fiscal José María Velasco Ibarra.

$$n = \frac{N p q}{\frac{(N - 1) E^2}{Z^2} + p q}$$

n: tamaño de la muestra.

N: tamaño de la población.

p: posibilidad de que ocurra un evento, $p = 0,5$

q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, $q = 0,5$

E: error, se considera el 5%; $E = 0,05$

Z: nivel de confianza, que para el 95%, $Z = 1,96$

3.2.5 Proceso de selección

$$n = \frac{342 (0,5) (0,5)}{\frac{(341) 0,05^2}{1,96^2} + 0,5 (0,5)}$$

$$n = \frac{85,5}{\frac{0,8525}{3,8416} + 0,25}$$

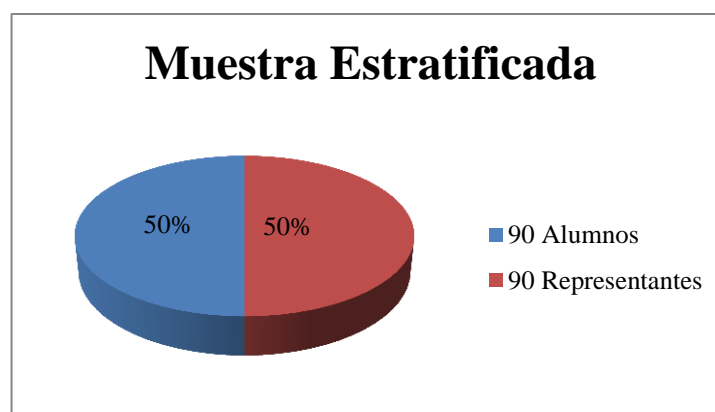
$$n = \frac{85,5}{0,472} = 181,18$$

n = 180 Estudiantes y padres de familia

Cuadro 3. Proceso de Selección.

| PROCESO DE SELECCIÓN | | | |
|----------------------|----------------|------------|-------------|
| OPCIONES | | NÚMERO | PORCENTAJE |
| a) | Alumnos | 90 | 50% |
| b) | Representantes | 90 | 50% |
| TOTAL | | 180 | 100% |

Figura 2. Proceso de Selección.



Encuesta realizada a los alumnos de la especialidad Sociales y representantes de los mismos.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Método Teórico

Inductivo – Deductivo: La investigación se proyecta en lo particular por cuanto cada individuo forma parte del problema antes planteado, ya que el propósito es el de informar ciertos términos ambiguos y rimbombantes que son utilizados como medio de transmisión de mensajes, por tanto en lo general se analiza el impacto político, económico, social y cultural, procurando encontrar las debidas soluciones para generar conciencia en los milagreños.

Analítico Sintético: El trabajo investigativo está basado en una serie de análisis respecto a la importancia de generar un proyecto como la creación de un portal web interactivo para dar a conocer palabras del nuevo dialecto que en la actualidad los jóvenes están utilizando en nuestra ciudad.

Técnicas e instrumentos

Técnica a utilizar:

- Entrevistas
- Encuestas

Instrumento

Para el desarrollo óptimo de este proyecto se utilizará:

Guía de entrevista.

Porque es una técnica enfocada para reunir información de personas con altos conocimiento necesarios que ayuden a finalizar con éxito el proyecto.

3.4 El tratamiento estadístico de la información

La información que se adquirió a partir de las encuestas es la única que se necesitó ser tabulada, y sus datos fueron cuantificados mediante un proceso sencillo de conteo de cada alternativa escogida y luego representada en forma de porcentaje tanto en cifras como en un gráfico tipo torta que ilustra mejor las tendencias reflejadas en los instrumentos.

Las entrevistas por su naturaleza, fueron analizadas de acuerdo a nuestro criterio ya que se hizo preguntas referentes al tema de investigación para poder esclarecer y entender de mejor manera otros tipos de criterios formados, ya que la entrevista se la hizo a profesionales.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis de la situación actual

De acuerdo con las diferentes investigaciones realizadas para conseguir la debida información que permita llevar a cabo el proyecto nos dio como resultado que es de suma importancia la realización del portal web interactivo, ya que la mayor parte de los encuestados (padres de familia) nos supo señalar que le gustaría que existiera un portal web donde ellos puedan averiguar eh informase sobre las nuevas tendencias de información que utilizan sus hijos.

Por otra parte los alumnos del Colegio Fiscal “José María Velasco Ibarra” también se sintieron interesados en la propuesta pero la de ellos es con el fin de informarse sobre nuevas palabras que puedan añadir a su vocabulario moderno, nos supieron informar que les gusta estar un paso más a lo que a tendencias se refiere y es por estos aportes es que creemos que marchamos con paso firme en alcanzar nuestras metas.



Encuesta Realizada A Los Alumnos del Colegio Fiscal “José María Velasco Ibarra”

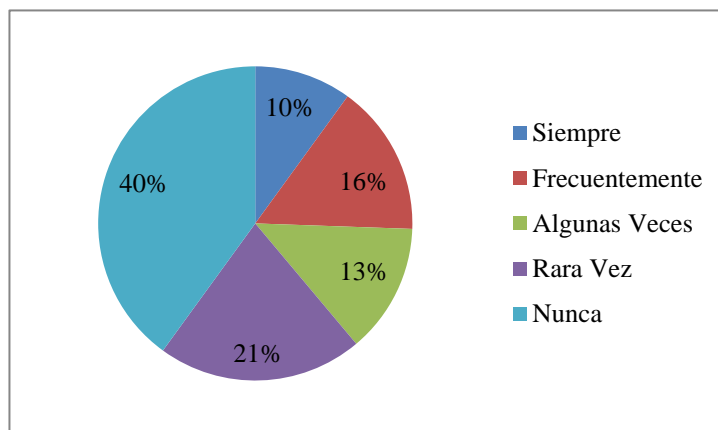
Encuesta a los adolescentes

Muestra: 90

Cuadro 4. Pregunta N°1 de la encuesta a los Alumnos

| 1 | ¿Consideras que los jóvenes de ahora utilizan un buen dialecto para comunicarse entre sí? | | |
|----|---|-----------|-------------|
| | OPCIONES | NÚMERO | PORCENTAJE |
| a) | Siempre | 9 | 10% |
| b) | Frecuentemente | 14 | 15.56% |
| c) | Algunas Veces | 12 | 13.33% |
| d) | Rara Vez | 19 | 21.11% |
| e) | Nunca | 36 | 40% |
| | TOTAL | 90 | 100% |

Figura 3. Pregunta N°1 de la encuesta a los Alumnos



Análisis: La encuesta realizada en el Colegio Fiscal José María Velasco Ibarra a jóvenes de quinto y sexto año de bachillerato en la especialización de Sociales determinaron que: el 40% de los adolescentes no utilizan un buen dialecto para comunicarse entre sí.



Encuesta Realizada A Los Alumnos del Colegio Fiscal “José María Velasco Ibarra”

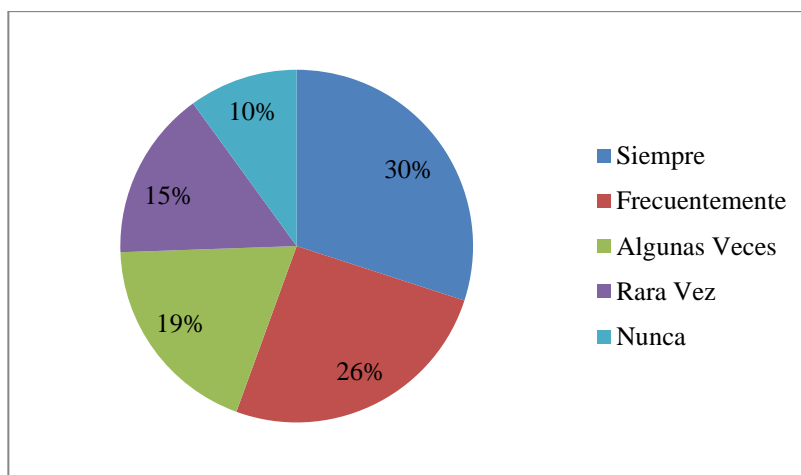
Encuesta a los adolescentes

Muestra: 90

Cuadro 5. Pregunta N°2 de la encuesta a los Alumnos

| 2 | | ¿Usted cree que el conocer y utilizar con frecuencia las palabras populares mejorarían la comunicación entre jóvenes y adultos? | |
|--------------|----------------|---|-------------|
| OPCIONES | | NÚMERO | PORCENTAJE |
| a) | Siempre | 27 | 30% |
| b) | Frecuentemente | 23 | 25.55% |
| c) | Algunas Veces | 17 | 18.89% |
| d) | Rara Vez | 14 | 15.56% |
| e) | Nunca | 9 | 10% |
| TOTAL | | 90 | 100% |

Figura 4. Pregunta N°2 de la encuesta a los Alumnos



Análisis: En la encuesta realizada a los jóvenes nos dio como mayor resultado que el 30% de los adolescentes creen que utilizar las palabras y frases populares mejoraría la comunicación entre los adultos.



Encuesta Realizada A Los Alumnos del Colegio Fiscal “José María Velasco Ibarra”

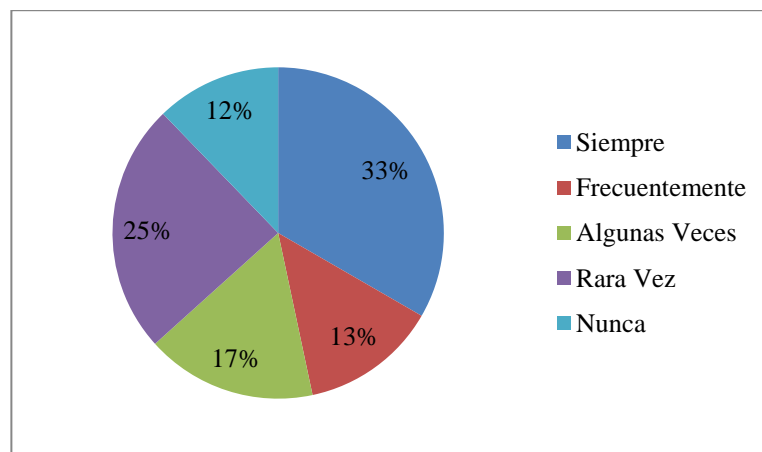
Encuesta a los adolescentes

Muestra: 90

Cuadro 6. Pregunta N°3 de la encuesta a los Representantes

| 3 | ¿Al estar en reuniones con personas mayores utilizas palabras y frases populares? | | |
|--------------|---|-----------|-------------|
| OPCIONES | | NÚMERO | PORCENTAJE |
| a) | Siempre | 30 | 33.33% |
| b) | Frecuentemente | 12 | 13.33% |
| c) | Algunas Veces | 15 | 16.67% |
| d) | Rara Vez | 22 | 24.44% |
| e) | Nunca | 11 | 12.22% |
| <i>TOTAL</i> | | 90 | 100% |

Figura 5. Pregunta N°3 de la encuesta a los Alumnos



Análisis: El 33% de alumnos dijeron que siempre utilizan palabras y frases populares en el momento que están reunidos con personas mayores.



Encuesta Realizada A Los Alumnos del Colegio Fiscal “José María Velasco Ibarra”

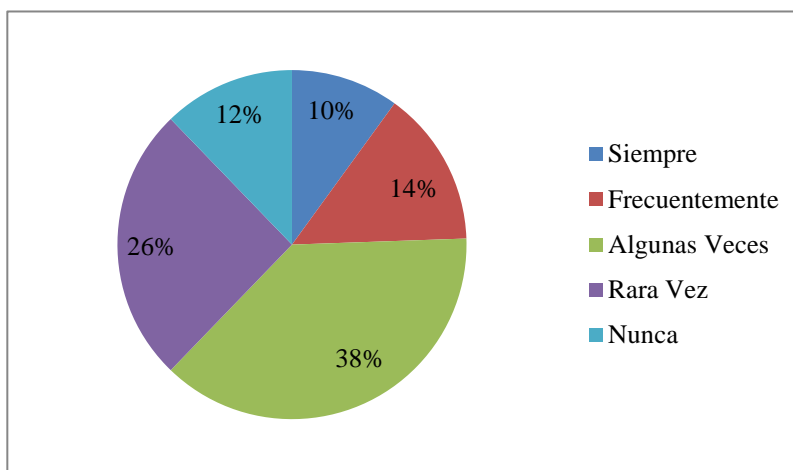
Encuesta a los adolescentes

Muestra: 90

Cuadro 7. Pregunta N°4 de la encuesta a los Representantes

| 4 ¿Alguna vez se ha sentido obligado a cambiar su forma de hablar dentro de un grupo social? | | | |
|--|----------------|-----------|-------------|
| OPCIONES | | NÚMERO | PORCENTAJE |
| a) | Siempre | 9 | 10% |
| b) | Frecuentemente | 13 | 14.44% |
| c) | Algunas Veces | 34 | 37.78% |
| d) | Rara Vez | 23 | 25.56% |
| e) | Nunca | 11 | 12.22% |
| TOTAL | | 90 | 100% |

Figura 6. Pregunta N°4 de la encuesta a los Alumnos



Análisis: El 38% de los estudiantes encuestados indicaron que rara vez en su vida se sienten obligados a cambiar su forma de hablar.



Encuesta Realizada A Los Alumnos del Colegio Fiscal “José María Velasco Ibarra”

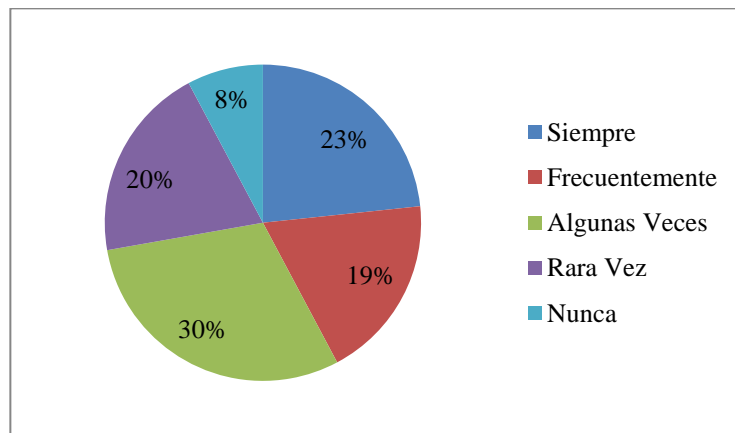
Encuesta a los adolescentes

Muestra: 90

Cuadro 8. Pregunta N°5 de la encuesta a los Representantes

| 5 ¿Te gusta crear palabras y frases populares para comunicarte con tus amigos? | | | |
|--|----------------|-----------|-------------|
| OPCIONES | | NÚMERO | PORCENTAJE |
| a) | Siempre | 21 | 23.33% |
| b) | Frecuentemente | 17 | 18.89% |
| c) | Algunas Veces | 27 | 30% |
| d) | Rara Vez | 18 | 20% |
| e) | Nunca | 7 | 7.78% |
| TOTAL | | 90 | 100% |

Figura 7. Pregunta N°5 de la encuesta a los Alumnos



Análisis: El 30% es el mayor porcentaje de los adolescentes que les gusta crear frases y palabras populares para comunicarse entre sí.



Encuesta Realizada A Los Alumnos del Colegio Fiscal “José María Velasco Ibarra”

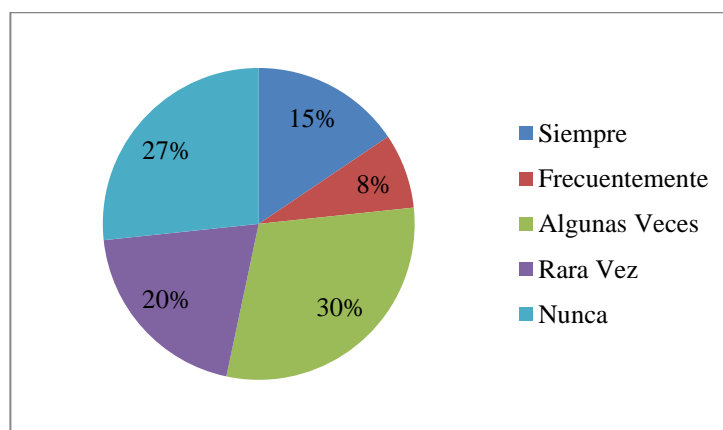
Encuesta a los adolescentes

Muestra: 90

Cuadro 9. Pregunta N°6 de la encuesta a los Representantes

| 6 ¿Te has sentido excluido de un grupo social por tu forma de comunicarte con los demás? | | | |
|--|----------------|-----------|-------------|
| OPCIONES | | NÚMERO | PORCENTAJE |
| a) | Siempre | 14 | 15.55% |
| b) | Frecuentemente | 7 | 7.78% |
| c) | Algunas Veces | 27 | 30% |
| d) | Rara Vez | 18 | 20% |
| e) | Nunca | 24 | 26.67% |
| TOTAL | | 90 | 100% |

Figura 8. Pregunta N°6 de la encuesta a los Alumnos



Análisis: El 30% de los estudiantes encuestados indicaron que algunas veces en su vida se sintieron excluidos por varios grupos sociales.



Encuesta Realizada A Los Alumnos del Colegio Fiscal “José María Velasco Ibarra”

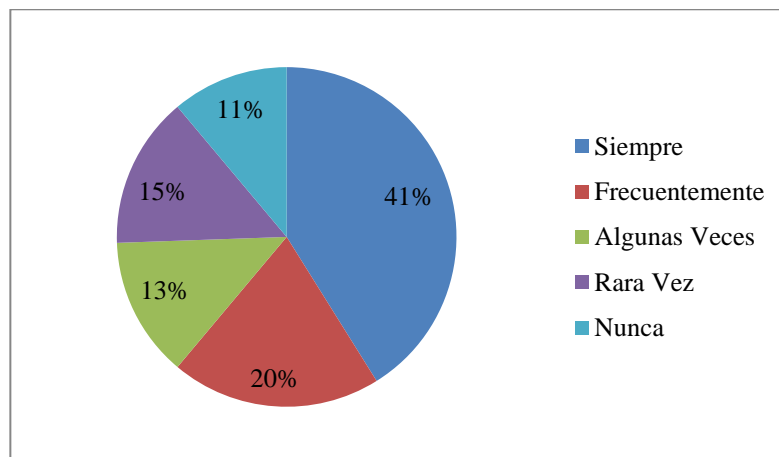
Encuesta a los adolescentes

Muestra: 90

Cuadro 10. Pregunta N°7 de la encuesta a los Representantes

| 7 | | ¿Utilizas frases y palabras populares en las redes sociales? | |
|--------------|----------------|--|-------------|
| OPCIONES | | NÚMERO | PORCENTAJE |
| a) | Siempre | 37 | 41.11% |
| b) | Frecuentemente | 18 | 20% |
| c) | Algunas Veces | 12 | 13.33% |
| d) | Rara Vez | 13 | 14.44% |
| e) | Nunca | 10 | 11.11% |
| TOTAL | | 90 | 100% |

Figura 9. Pregunta N°7 de la encuesta a los Alumnos



Análisis: El 41% de los adolescentes del colegio José María Velasco Ibarra de la especialización de sociales dicen que siempre utilizan palabras y frases populares en las redes sociales.



Encuesta Realizada A Los Alumnos del Colegio Fiscal “José María Velasco Ibarra”

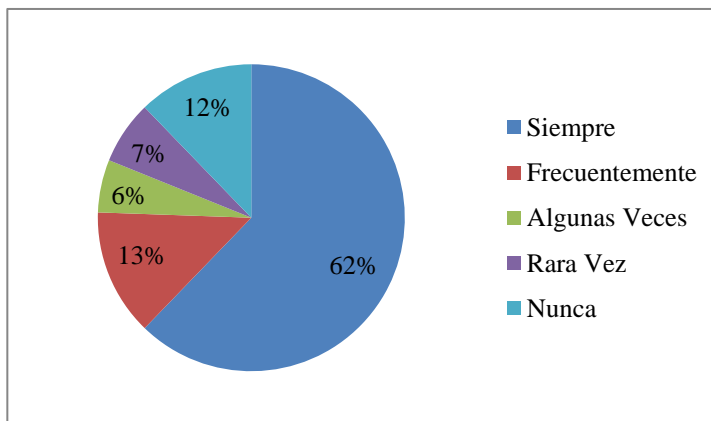
Encuesta a los adolescentes

Muestra: 90

Cuadro 11. Pregunta N°8 de la encuesta a los Representantes

| 8 De crearse un portal web interactivo que fomente la comunicación entre los adolescentes y la sociedad. ¿Con que frecuencia tú lo visitarías? | | | |
|--|----------------|-----------|-------------|
| OPCIONES | | NÚMERO | PORCENTAJE |
| a) | Siempre | 56 | 62.22% |
| b) | Frecuentemente | 12 | 13.33% |
| c) | Algunas Veces | 5 | 5.56% |
| d) | Rara Vez | 6 | 6.67% |
| e) | Nunca | 11 | 12.22% |
| TOTAL | | 90 | 100% |

Figura 10. Pregunta N°8 de la encuesta a los Alumnos



Análisis: Los estudiantes encuestados casi en su totalidad están interesados por la propuesta del portal web sobre las terminologías del vulgo, por la cual dio como mayor resultado el 62%.



Encuesta Realizada A Padres De Familia del Colegio Fiscal “José María Velasco Ibarra”

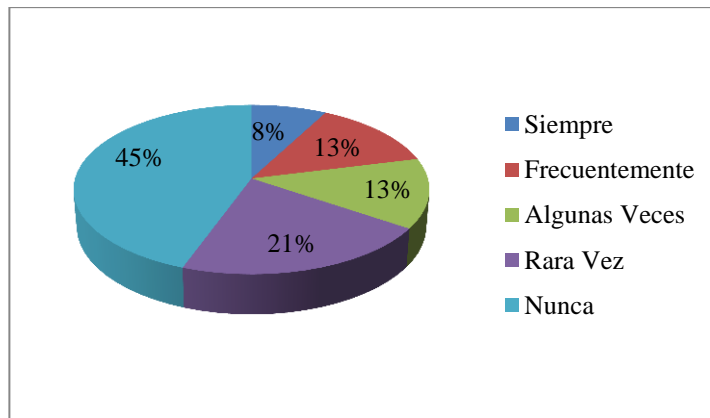
Encuesta a los representantes

Muestra: 90

Cuadro 12. Pregunta N°1 de la encuesta a los Representantes

| 1 ¿Usted entiende algún símbolo o palabra que utilicen sus hijos como forma de comunicación? | | | |
|--|----------------|-----------|-------------|
| OPCIONES | | NÚMERO | PORCENTAJE |
| a) | Siempre | 7 | 7.78% |
| b) | Frecuentemente | 12 | 13.33% |
| c) | Algunas Veces | 12 | 13.33% |
| d) | Rara Vez | 19 | 21.11% |
| e) | Nunca | 40 | 44.44% |
| TOTAL | | 90 | 100% |

Figura 11. Pregunta N°1 de la encuesta a los Representantes



Análisis: El 45% de padres de familia no logran entender ese nuevo lenguaje que sus hijos utilizan para comunicarse, la cual nos damos cuenta que hay una gran cantidad de padres de familias preocupados por la nueva forma de expresión de sus hijos y algunos quisieran estar al tanto de las nuevas tendencias para entenderse mejor con sus hijos.



Encuesta Realizada A Padres De Familia del Colegio Fiscal “José María Velasco Ibarra”

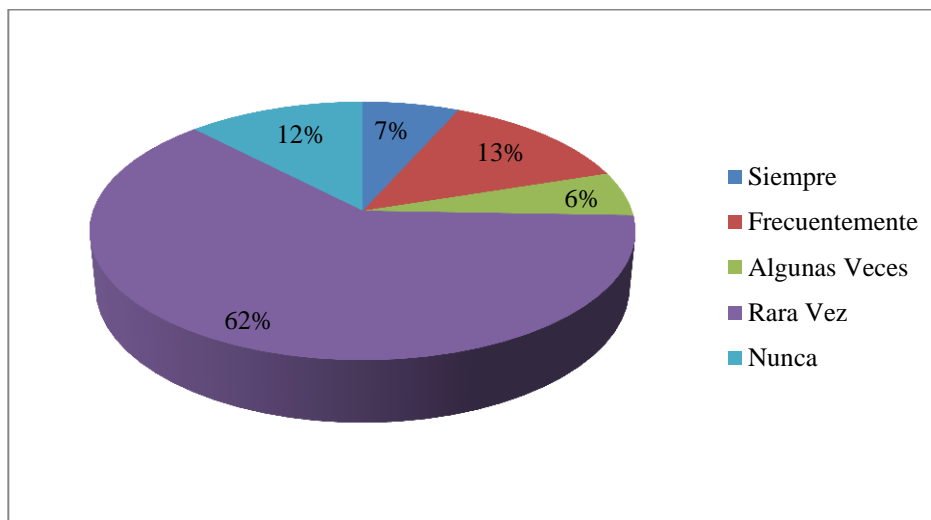
Encuesta a los representantes

Muestra: 90

Cuadro 13. Pregunta N°2 de la encuesta a los Representantes

| 2 | | ¿Le gusta la manera de expresión de ciertas palabras que utilizan sus hijos? | |
|--------------|----------------|--|-------------|
| OPCIONES | | NÚMERO | PORCENTAJE |
| a) | Siempre | 6 | 6.67% |
| b) | Frecuentemente | 12 | 13.33% |
| c) | Algunas Veces | 5 | 5.56% |
| d) | Rara Vez | 56 | 62.22% |
| e) | Nunca | 11 | 12.22% |
| TOTAL | | 90 | 100% |

Figura 12. Pregunta N°2 de la encuesta a los Representantes



Análisis: El 62% de padres de familia rara vez les agrada la forma de expresión de sus hijos.



Encuesta Realizada A Padres De Familia del Colegio Fiscal “José María Velasco Ibarra”

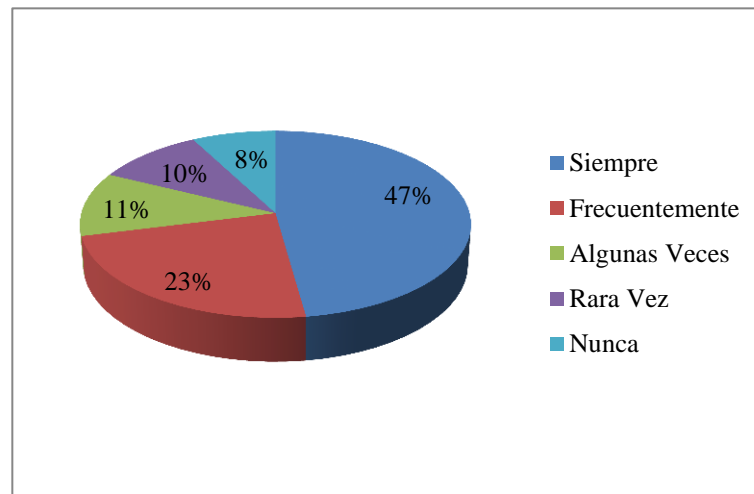
Encuesta a los representantes

Muestra: 90

Cuadro 14. Pregunta N°3 de la encuesta a los Representantes

| 3 | | ¿Siente la necesidad de saber o conocer las razones que incitan a su hijo a utilizar palabras o frases populares? | |
|--------------|----------------|---|-------------|
| OPCIONES | | NÚMERO | PORCENTAJE |
| a) | Siempre | 43 | 47.78% |
| b) | Frecuentemente | 21 | 23.33% |
| c) | Algunas Veces | 10 | 11.11% |
| d) | Rara Vez | 9 | 10% |
| e) | Nunca | 7 | 7.78% |
| TOTAL | | 90 | 100% |

Figura 13. Pregunta N°3 de la encuesta a los Representantes



Análisis: El 47% de los padres de familia siempre han sentido la necesidad de conocer las razones por la cual sus hijos les incitan a utilizar dichas palabras y frases populares que comúnmente ellos utilizan.



Encuesta Realizada A Padres De Familia del Colegio Fiscal “José María Velasco Ibarra”

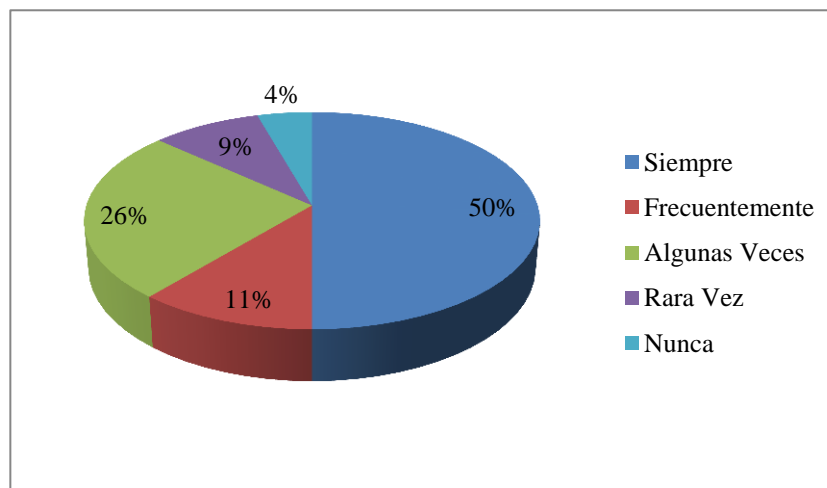
Encuesta a los representantes

Muestra: 90

Cuadro 15. Pregunta N°4 de la encuesta a los Representantes

| 4 ¿Su hijo utiliza palabras o frases populares para tener una comunicación con Ud.? | | | |
|---|----------------|-----------|-------------|
| OPCIONES | | NÚMERO | PORCENTAJE |
| a) | Siempre | 45 | 50% |
| b) | Frecuentemente | 10 | 11.11% |
| c) | Algunas Veces | 23 | 25.56% |
| d) | Rara Vez | 8 | 8.89% |
| e) | Nunca | 4 | 4.44% |
| TOTAL | | 90 | 100% |

Figura 14. Pregunta N°4 de la encuesta a los Representantes



Análisis: El 50% de los hijos utilizan palabras y frases populares para tener una comunicación con los padres de familia.



Encuesta Realizada A Padres De Familia del Colegio Fiscal “José María Velasco Ibarra”

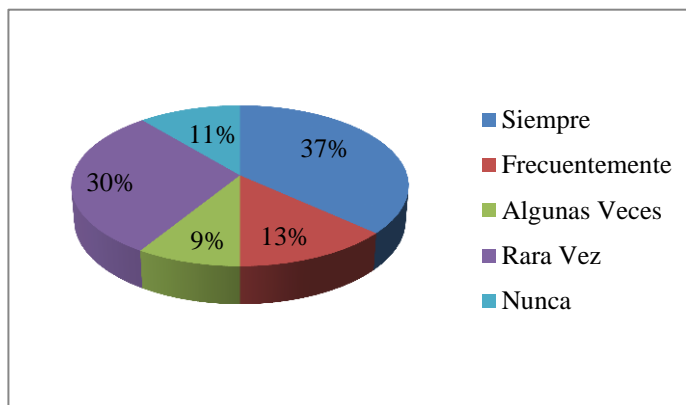
Encuesta a los representantes

Muestra: 90

Cuadro 16. Pregunta N°5 de la encuesta a los Representantes

| 5 | ¿Le gusta revisar las redes sociales que su hijo utiliza actualmente? | | |
|--------------|---|-----------|-------------|
| OPCIONES | | NÚMERO | PORCENTAJE |
| a) | Siempre | 33 | 36.67% |
| b) | Frecuentemente | 12 | 13.33% |
| c) | Algunas Veces | 8 | 8.89% |
| d) | Rara Vez | 27 | 30% |
| e) | Nunca | 10 | 11.11% |
| TOTAL | | 90 | 100% |

Figura 15. Pregunta N°5 de la encuesta a los Representantes



Análisis: El 37% de los padres de familia les gusta revisar las redes sociales que su hijo maneja.



Encuesta Realizada A Padres De Familia del Colegio Fiscal “José María Velasco Ibarra”

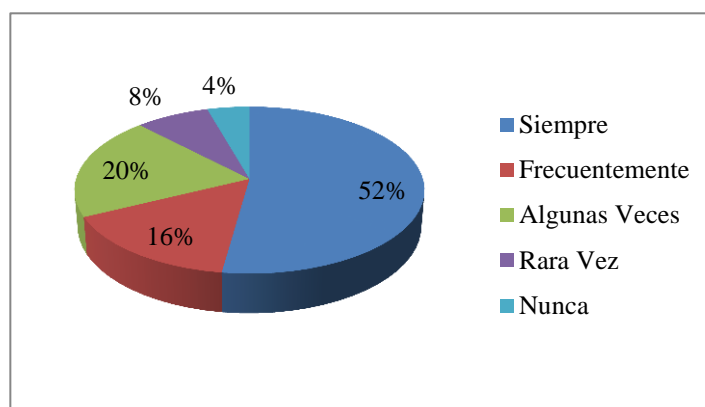
Encuesta a los representantes

Muestra: 90

Cuadro 17. Pregunta N°6 de la encuesta a los Representantes

| 6 | | ¿Al existir un portal web interactivo que le muestre el significado de las palabras y frases populares que utilizan sus hijos, adolescentes y jóvenes para comunicarse con qué frecuencia Ud. lo revisaría? | |
|--------------|----------------|---|-------------|
| OPCIONES | | NÚMERO | PORCENTAJE |
| a) | Siempre | 47 | 52.22% |
| b) | Frecuentemente | 14 | 15.56% |
| c) | Algunas Veces | 18 | 20% |
| d) | Rara Vez | 7 | 7.78% |
| e) | Nunca | 4 | 4.44% |
| TOTAL | | 90 | 100% |

Figura 16. Pregunta N°6 de la encuesta a los Representantes



Análisis: El 52% de padres de familia expresaron que si les agradaría que existiera un portal web para estar al tanto del significado de dichas palabras y frases que utilizan sus hijos.

4.2 Análisis Comparativos, evolución, tendencias y perspectivas.

Cuadro 18. Análisis Comparativo

| Actualidad | Evolución, tendencias, perspectivas |
|--|--|
| En la actualidad nos damos cuenta que existen jóvenes y adultos que tienen un ligero conocimiento en cuanto a terminologías populares se refiere, creando así una falta de comunicación entre jóvenes y adultos. | Con la ayuda del portal web estaríamos aportando un cambio radical entre la comunicación de jóvenes y adultos ya que se proporcionará el material necesario para que ellos se informen sobre aquellas nuevas tendencias que puedan existir entre los jóvenes de Milagro, teniendo como meta futura que este portal web forme parte de ellos. |

4.3 Resultados (objetivos e hipótesis)

Cuadro 19. Objetivos e Hipótesis General

| Objetivo General | Hipótesis General |
|---|---|
| Establecer los términos populares más utilizados por los jóvenes milagreños; para optimizar el proceso comunicacional mediante el diseño de una página web interactiva. | Si se establece un banco de datos que contenga los términos más utilizados por los milagreños a través de un portal web entonces podemos establecer problemas comunicacionales. |

Cuadro 20. Objetivos Específicos e Hipótesis Particulares

| Objetivos Específicos | Hipótesis Particulares |
|---|--|
| <p>Detectar la terminología popular que contribuye en el mejoramiento de la comunicación entre jóvenes y adultos.</p> <p>Determinar qué importancia tiene el conocimiento de la terminología para su comunicación interpersonal.</p> <p>Analizar las terminologías que actualmente utilizan los jóvenes milagreños.</p> | <p>Si se detecta las terminologías populares que utilizan en sus formas de comunicación los milagreños entonces se contribuirá al mejoramiento de este proceso entre jóvenes y adultos.</p> <p>Si se determina la importancia de la utilización de terminologías se fomentara una mejor comunicación interpersonal.</p> <p>Si se analizan las terminologías que actualmente se utilizan como forma de comunicación por los jóvenes entonces se optimizara el proceso comunicacional.</p> |

4.4 Verificación de hipótesis

Cuadro 21. Verificación de Hipótesis

| Hipótesis General | Verificador |
|--|--|
| <p>Si se establece un banco de datos que contenga los términos más utilizados por los milagreños a través de un portal web entonces podemos establecer problemas comunicacionales.</p> | <p>Los jóvenes milagreños prefieren un portal web donde investigar terminologías populares antes que buscar en libros ya que ellos están más inmiscuidos en la vida cibernética que de estar yendo a bibliotecas</p> |

| Hipótesis Particular | Verificador |
|---|--|
| <p>Si se detecta las terminologías populares que utilizan en sus formas de comunicación los milagreños entonces se contribuirá al mejoramiento de este proceso entre jóvenes y adultos.</p> | <p>El adolescente actual tiene la disposición de aprender de verdad, sólo aquello que le encuentra una motivación, sentido o lógica. Como ser humano siempre hay una tendencia de rechazar aquello que no se le encuentra sentido alguno o que motive.</p> |
| <p>Si se determina la importancia de la utilización de terminologías se fomentara una mejor comunicación interpersonal.</p> | <p>En la actualidad se ven bastantes carencias entre la comunicación de padres y adolescentes, pero también se ve la predisposición de aprender cada uno de ellos.</p> |
| <p>Si se analizan las terminologías que actualmente se utilizan como forma de comunicación por los jóvenes entonces se optimizara el proceso comunicacional.</p> | <p>Habría una mejor comunicación entre adolescentes y adultos para que ya no se sientan incomprendidos por la sociedad que los rodea.</p> |

En relación con los datos obtenidos de las encuestas realizadas en el Colegio Fiscal “José María Velasco Ibarra” los jóvenes de 2do y 3ero de bachillerato hemos establecido que casi en su totalidad de alumnos están de acuerdo con la creación del portal web interactivo que les enseñe nuevas terminologías populares para poder adaptarla como parte de su vida cotidiana.

BIBLIOGRAFIA DEL PROYECTO

- ❖ www.etimologias.dechile.net/?vulgarismo
- ❖ <http://lengua.laguia2000.com/general/caracteristicas-de-los-vulgarismos-espontaneos>
- ❖ <http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/265789.las-palabras-tienen-la-palabra-el-vulgo-es-el.html>
- ❖ <http://forodeespana2.blogspot.com/2008/03/el-vulgo.html>
- ❖ http://www.sice.oas.org/int_prop/nat_leg/ecuador/L320a.asp#l1t1c1s2
- ❖ <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/522/3/CAPITULO1.pdf>
- ❖ <http://depalabra.wordpress.com/category/etimologia/vulgarismos/>
- ❖ <http://www.taringa.net/posts/info/7253513/Listado-de-vulgarismos-y-malas-palabras-en-espanol.html>
- ❖ http://avizora.com/glosarios/glosarios_i/textos_i/insultos_eufemismos_i_0001.htm
- ❖ http://skemman.is/stream/get/1946/6605/18207/1/BA_ritger%C3%B0in_18.sept..pdf
- ❖ <http://dptolenguacastellana.blogspot.com/2009/10/vulgarismos.html>
- ❖ <http://forodeespanol.com/Archive/Vulgarismos/blhd/post.htm>
- ❖ <http://www.deperu.com/abc/gramatica/2154/los-vulgarismos>
- ❖ <http://www.scribd.com/doc/79091937/150/Vulgarismo>

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Diseño de un portal web interactivo que informe sobre el significado de las terminologías populares que influyen culturalmente en los estudiantes de bachillerato de la especialidad de sociales del Colegio José María Velasco Ibarra del Cantón Milagro.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

El proceso de educación, desde la diversidad y la especificidad de los sujetos, es cada vez más necesario en las instituciones educativas y necesita de la búsqueda creadora en el sistema formal, sobre todo, debe estar en condiciones de aprovechar las oportunidades que presenta la familia para actualizar, profundizar y enriquecer el conocimiento.

Por todo aquello dentro de los procesos de educación formal y regular debe insertarse un sistema de comunicación alternativo (portal web interactivo), vinculado a la falta de información sobre las terminologías populares.

El vulgarismo es un fenómeno lingüístico, de carácter popular, no aceptado por la lengua de uso. Suelen ser utilizados por el vulgo y pueden presentarse como dichos, frases o palabras y en muchas ocasiones llegan a deformar el idioma, provocando que ciertos términos utilizados en conversaciones prácticamente sean indescifrables para las personas que no conocen su significado. Por tanto se fundamenta la importancia de la implementación de la propuesta ya que es un mecanismo mediante el cual se puede acceder a información que revele el significado de dichas palabras, frases, etc.

5.3 JUSTIFICACION

En la actualidad nos encontramos con personas que desconocen el significado de cierto tipo de terminologías o frases que no son tan comunes para ellos, pero que son muy usadas en el argot popular; y en particular por los adolescentes, que dentro de sus grupos de amistades usan un sin número de terminologías nuevas, e incluso inventadas por ellos y que valga la redundancia, solo ellos conocen su significados. La educación como un proceso participativo y transformador, en el que el aprendizaje y la conceptualización se basan en la experiencia práctica de las propias personas y grupos requiere que todos los actores que en ella participan mantengan el mismo canal y los mismos códigos de lenguaje para que la transmisión del mensaje sea efectiva.

Partiendo de la auto-concientización y comprensión de los adolescentes con respecto a las estructuras que determinan sus vidas, se pretende ayudarles a desarrollar las estrategias, habilidades y técnicas necesarias para que puedan llevar a cabo una vida social orientada a la transformación de la realidad, desde el punto de vista de la comunicación.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la propuesta

Interpretar los dichos, palabras y frases populares, para que los estudiantes de bachillerato de la especialidad de sociales del Colegio José María Velasco Ibarra del Cantón Milagro conozcan sus significados; a través del uso del sitio web.

5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta

- **Analizar** las terminologías que actualmente utilizan los estudiantes de bachillerato de la especialidad de sociales del Colegio José María Velasco Ibarra del Cantón Milagro.
- **Definir** los significados de los dichos, palabras y frases populares que utilizan los estudiantes de bachillerato de la especialidad de sociales del Colegio José María Velasco Ibarra del Cantón Milagro.
- **Fomentar** el aprendizaje de los significados de los dichos, palabras y frases populares que utilizan los estudiantes de bachillerato de la especialidad de sociales del Colegio José María Velasco Ibarra del Cantón Milagro.

- **Diseñar** formas atractivas e interactivas en base a los resultados y conocimientos obtenidos fruto de la investigación.

5.5 UBICACIÓN

Nuestra propuesta será realizada en el Colegio Fiscal “José María Velasco Ibarra” del Cantón Milagro provincia del Guayas, país Ecuador.

Dirección: Av. Los chirijos y argentina

Figura 17. Mapa de Ubicación



5.6 FACTIBILIDAD

La factibilidad de este proyecto se refleja en la ejecución de un portal web interactivo ilustrado para desempeñar una mejor comunicación dentro de una sociedad.

5.7 DESCRIPCION DE LA PROPUESTA

El portal web interactivo involucra un proceso debidamente planificado y diseñado logrando el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Los diferentes colores, imágenes, efectos e ilustraciones se han desarrollado para llevar a cabo esta elaboración que están fundamentadas en experiencias vividas a través de nuestros años como estudiantes de diseño; teniendo como principio ser creadores de un nuevo estilo en la creación de un portal web interactivo. Es por esa razón que las imágenes, colores e ilustraciones son originales y está ubicada en lugares precisos la cual nos hace dignos de ser

llamados diseñadores creativos. Las características visibles de nuestra propuesta son creadas pensando siempre en nuestro grupo objetivo, en este caso son los estudiantes de bachillerato de la especialidad de Sociales del Colegio Fiscal José María Velasco Ibarra.

Pasos para realizar un portal web

Planeación: Ante todo, determinamos el público al cual nos vamos a dirigir con el portal web. Esto es esencial, para saber de qué manera diseñar y cuál será el contenido.

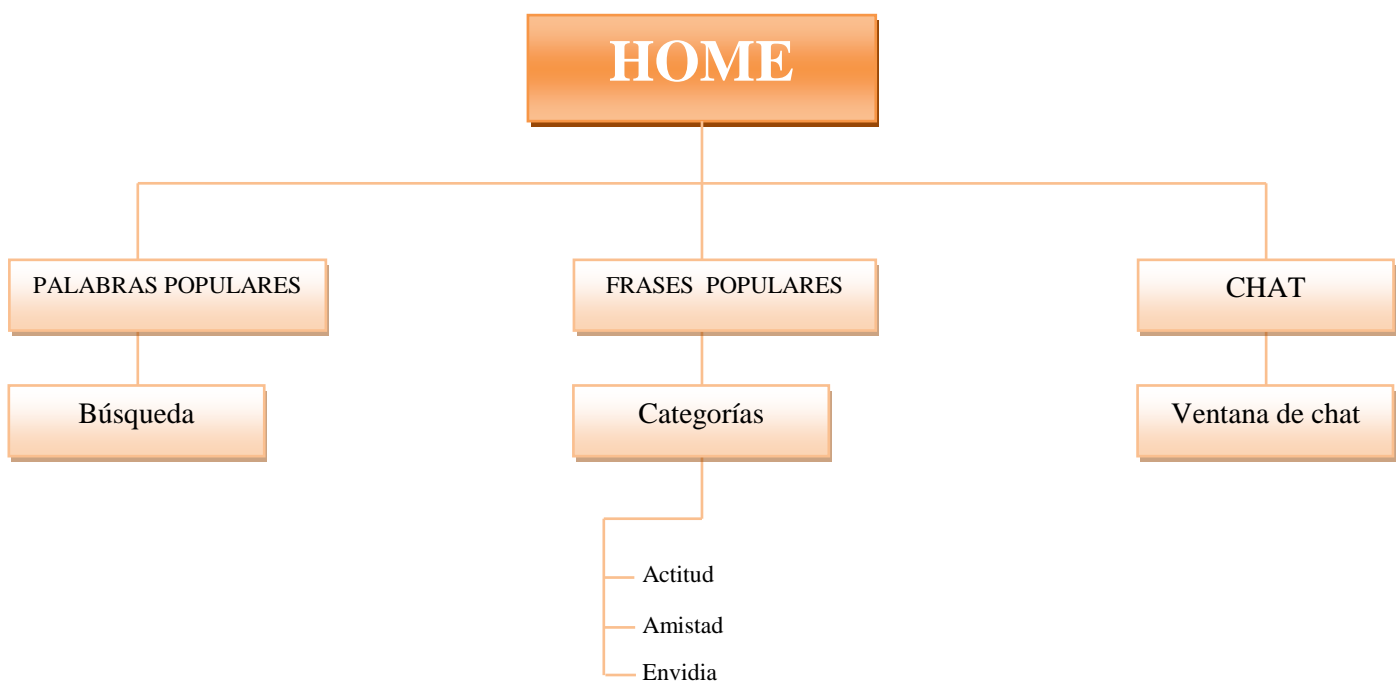
Desarrollo de contenido: El contenido del portal es una combinación de la información que tenemos y de la cual nos toca crear.

Diseño Gráfico: Sin importar lo bien organizado e interesante que pueda resultar el contenido, el diseño gráfico determina el tono. Porque por medio del diseño podemos crear una buena impresión con algunos gráficos bien trazados en la página central.

Mercadeo y promoción: Crear un portal web interactivo brillante es inútil si nadie sabe acerca de él. Con millones de sitios, captar la atención puede ser un reto.

Mantenimiento: Como una casa, un portal web necesita un mantenimiento constante. No se cometerá el error de asumir que una vez que está en línea, todo ya está hecho.

Cuadro 22. Estructura del portal web



El portal web interactivo tiene las medidas de 800x600

El intro del portal web interactivo contiene imágenes de adolescentes y el nombre del portal también va en movimiento, realizado en *Macromedia Flash*. Después tenemos un botón donde da la opción de entrar.

Figura 18. Intro



De ahí nos desplaza a la siguiente pagina donde encontraremos 3 botones que indicaran lo que tiene de contenido estas son Palabras populares, Frases Populares y Chat cada una redirige a la pagina correspondiente.

Figura 19. Menú



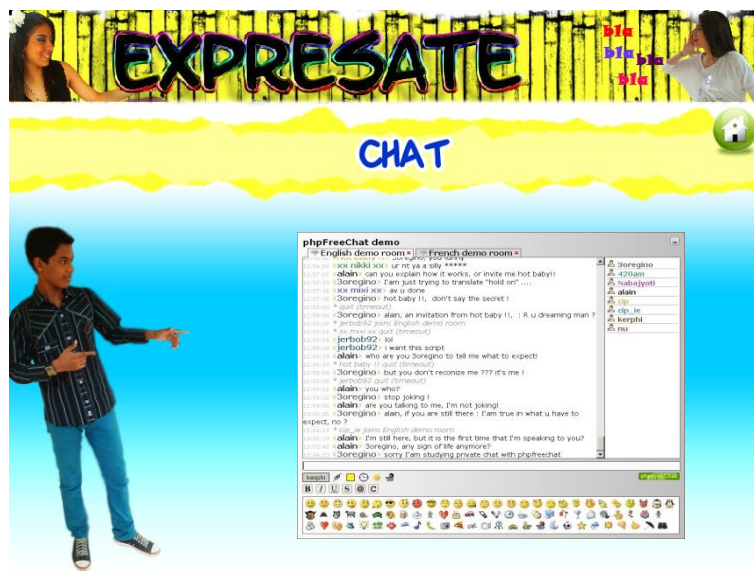
Figura 20. Palabras Populares



Figura 21. Frases Populares



Figura 22. Chat



5.7.1 ACTIVIDADES

Cronograma de actividades referentes al proceso de elaboración del material gráfico de la propuesta

Cuadro 23. Actividades

| ACTIVIDAD | FECHA |
|---|-----------|
| Elaboración del ante proyecto | Mayo |
| Encuestas | Julio |
| Tomas de fotos | Diciembre |
| Diseño Estructural del portal del portal web | Diciembre |
| Diseño Gráfico del Portal Web | Enero |
| Programación del Portal Web, publicación del portal Web | Febrero |

5.7.2 RECURSOS, ANÁLISIS FINANCIERO

Cuadro 24 Recursos, análisis financiero

| | | |
|--------------------------------|---------------|-----------------|
| Computador con internet | 1 | \$43.65 |
| Impresiones | 42 | \$50 |
| Resma de papel | 1 | \$5 |
| Anillado | 1 | \$3 |
| Suministros | 1 | \$30 |
| Pagina Web | 1 | \$250 |
| Empastado | 1 | \$8 |
| Cd's | 6 | \$6 |
| | Total= | \$381,65 |

5.7.3 IMPACTO

Una transformación social, cultural y educativa como principio fomentar la cultura dentro de los niños de edad escolar, generara valores propios de un buen ciudadano. Además ofrece la herramienta adecuada para implementar en clases como material de apoyo en la materia de Estudios Sociales, brindando al docente la documentación bibliográfica ilustrada propicio para culturalizar a los educandos.

5.7.4 CRONOGRAMA

Cuadro 25. Cronograma

| Tiempo / Actividades | Mayo | | | Junio | | | | | | | Julio | | | | | | | Agosto | | | | | | | Diciembre | | | | | Enero | | | | Febrero | | | | Marzo | | | | Abril | | | |
|--|------|----|----|-------|---|---|----|----|----|----|-------|----|---|---|----|----|----|--------|----|----|---|---|---|----|-----------|----|----|---|---|-------|----|----|---|---------|----|----|---|-------|----|----|---|-------|----|----|----|
| | 23 | 25 | 30 | 1 | 6 | 8 | 13 | 15 | 20 | 22 | 27 | 29 | 4 | 7 | 11 | 13 | 18 | 20 | 25 | 27 | 1 | 3 | 8 | 10 | 15 | 17 | 22 | 1 | 8 | 15 | 22 | 29 | 5 | 12 | 19 | 26 | 2 | 9 | 16 | 23 | 8 | 15 | 22 | 29 | 24 |
| Planteamiento del problema | * | * | * | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Objetivos y Justificación | | | | * | * | * | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Recopilación de Datos/ Marco Teórico | | | | | * | * | * | * | * | * | * | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Hipótesis y Variables | | | | | | | | | | | | * | * | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Marco Metodológico/ Muestra De Población | | | | | | | | | | | | | | * | * | * | * | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Marco Administrativo | | | | | | | | | | | | | | | | * | * | * | * | * | * | * | * | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Presentación de anteproyecto | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | * | * | * | * | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Desarrollo de la Propuesta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | | | | | | | |
| Revisión del Proyecto | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | * | * | * | * | | | |
| Entrega del Proyecto | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | * | | |

5.7.5 LINEAMIENTO PARA EVALUAR LA PROPUESTA

La propuesta tuvo una reacción favorecedora y novedosa para los alumnos del Colegio Fiscal “José María Velasco Ibarra” especialización Sociales y a su vez a los padres de familia ya que es un cambio que se está tratando de dar poco a poco en la sociedad. Este proyecto de cierta manera sirve para unir a los jóvenes y adultos para que entre si haya una buena comunicación. Los chicos se mostraron optimistas al ver que sus palabras y frases están siendo comprendidas por los adultos aunque ellos nos comentaron que no todo deben saber los padres, porque también quieren que se respeten su espacio. Pero si sirve de mucha ayuda para que los comprendan.

CONCLUSIONES

De conformidad con el diseño estructural del proyecto de esta tesis y conforme al resultado del estudio de campo, mas la apreciación del marco teórico, nos permite determinar que se hace imprescindible conectar con los adultos, el significado de ese nuevo lenguaje y terminologías populares, inventadas y defendidas por los jóvenes de bachillerato especialización sociales del Colegio “José María Velasco Ibarra”. Esto permitirá aterrizar los nuevos códigos de lenguaje de los jóvenes, para que puedan ser decodificados y

comprendidos por los adultos. Además inicia un proceso de concienciación en los involucrados en el problema, que les permita mejorar no solo en lo educacional sino en lo social y particularmente en el principal núcleo de la sociedad que es la familia. Si disponemos de este glosario virtual, disponible en la red por medio del portal web interactivo, habremos aportado para el fomento de una comunicación tolerante, activa y participativa.

RECOMENDACIONES

Luego del trabajo investigativo de las diferentes fases de este proyecto es menester sugerir a la Universidad Estatal de Milagro y por su intermedio en acción micro al Colegio Fiscal José María Velasco Ibarra, y en acción macro al ministerio de educación estructurar un glosario comunicacional interactivo, participante, tolerante con la utilización de la TIC como un reconocimiento practico al principio constitucional de la libertad de expresión que nos propone el buen vivir de la constitución de la republica del 2008, solo así habremos respondido a la expectativa de la sociedad de que el ejercicio práctico de los proyecto incorpore la acción que dispone la ley orgánica de educación superior esto es un servicio de la universidad para la comunidad.

BIBLIOGRAFÍA DE LA PROPUESTA

- ❖ <http://maps.google.com.ec/maps?hl=es&tab=wl>
- ❖ http://books.google.com.ec/books?id=cNTIoRAAtE1kC&pg=PT443&dq=LIBROS+DE+CODIFICACION+PHP&hl=es&sa=X&ei=uaeVT9_vE-ew6QHU5fDCBA&ved=0CDMQ6AEwAA#v=onepage&q=LIBROS%20DE%20CODIFICACION%20PHP&f=false
- ❖ ActionScript: Programación En Flash

ANEXOS



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

Nombre: _____ **Edad:** _____

Curso: _____

ENCUESTA

MARQUE CON UNA X LA RESPUESTA QUE CONSIDERE LA ADECUADA

1) ¿Consideras que los jóvenes de ahora utilizan un buen dialecto para comunicarse entre sí?

- | | | | |
|-----------------------|--------------------------|----------------------|--------------------------|
| Siempre | <input type="checkbox"/> | Algunas veces | <input type="checkbox"/> |
| Frecuentemente | <input type="checkbox"/> | Rara vez | <input type="checkbox"/> |
| Nunca | <input type="checkbox"/> | | |

2) ¿Usted cree que el conocer y utilizar con frecuencia las palabras populares mejorarían la comunicación entre jóvenes y adultos?

- | | | | |
|-----------------------|--------------------------|----------------------|--------------------------|
| Siempre | <input type="checkbox"/> | Algunas veces | <input type="checkbox"/> |
| Frecuentemente | <input type="checkbox"/> | Rara vez | <input type="checkbox"/> |
| Nunca | <input type="checkbox"/> | | |

3) ¿Al estar en reuniones con personas mayores utilizas palabras y frases populares?

- | | | | |
|-----------------------|--------------------------|----------------------|--------------------------|
| Siempre | <input type="checkbox"/> | Algunas veces | <input type="checkbox"/> |
| Frecuentemente | <input type="checkbox"/> | Rara vez | <input type="checkbox"/> |
| Nunca | <input type="checkbox"/> | | |

4) ¿Alguna vez se ha sentido obligado a cambiar su forma de hablar dentro de un grupo social?

- | | | | |
|-----------------------|--------------------------|----------------------|--------------------------|
| Siempre | <input type="checkbox"/> | Algunas veces | <input type="checkbox"/> |
| Frecuentemente | <input type="checkbox"/> | Rara vez | <input type="checkbox"/> |
| Nunca | <input type="checkbox"/> | | |

5) ¿Te gusta crear palabras y frases populares para comunicarte con tus amigos?

Siempre

Algunas veces

Frecuentemente

Rara vez

Nunca

6) ¿Te has sentido excluido de un grupo social por tu forma de comunicarte con los demás?

Siempre

Algunas veces

Frecuentemente

Rara vez

Nunca

7) ¿Utilizas frases y palabras populares en las redes sociales?

Siempre

Algunas veces

Frecuentemente

Rara vez

Nunca

8) De crearse un portal web interactivo que fomente la comunicación entre los adolescentes y la sociedad. ¿Con que frecuencia tú lo visitarías?

Siempre

Algunas veces

Frecuentemente

Rara vez

Nunca



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

Representante: _____

Edad: _____

Nombre de su representado: _____

ENCUESTA

MARQUE CON UNA X LA RESPUESTA QUE CONSIDERE LA ADECUADA

1) ¿Usted entiende algún símbolo o palabra que utilicen sus hijos como forma de comunicación?

Siempre

Algunas veces

Frecuentemente

Rara vez

Nunca

2) ¿Le gusta la manera de expresión de ciertas palabras que utilizan sus hijos?

Siempre

Algunas veces

Frecuentemente

Rara vez

Nunca

3) ¿Siente la necesidad de saber o conocer las razones que incitan a su hijo a utilizar palabras o frases populares?

Siempre

Algunas veces

Frecuentemente

Rara vez

Nunca

4) ¿Su hijo utiliza palabras o frases populares para tener una comunicación con Ud.?

Siempre

Algunas veces

Frecuentemente

Rara vez

Nunca

5) ¿Le gusta revisar las redes sociales que su hijo utiliza actualmente?

Siempre

Algunas veces

Frecuentemente

Rara vez

Nunca

6) ¿Al existir un portal web interactivo que le muestre el significado de las palabras y frases populares que utilizan sus hijos, adolescentes y jóvenes para comunicarse con qué frecuencia Ud. lo revisaría?

Siempre

Algunas veces

Frecuentemente

Rara vez

Nunca



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

Docente: _____

Edad: _____

Materia que imparte: _____

ENCUESTA

MARQUE CON UNA X LA RESPUESTA QUE CONSIDERE LA ADECUADA

1) ¿Usted entiende algún símbolo o palabra que utilicen sus alumnos como forma de comunicación?

Siempre

Algunas veces

Frecuentemente

Rara vez

Nunca

2) ¿Le gusta la manera de expresión de ciertas palabras que utilizan sus alumnos?

Siempre

Algunas veces

Frecuentemente

Rara vez

Nunca

3) ¿Siente la necesidad de saber o conocer las razones que incitan a sus alumnos a utilizar palabras o frases populares?

Siempre

Algunas veces

Frecuentemente

Rara vez

Nunca

4) ¿Sus alumnos utilizan palabras o frases populares para tener una comunicación con Ud.?

Siempre

Algunas veces

Frecuentemente

Rara vez

Nunca

5) ¿Le gusta revisar las redes sociales que sus alumnos utilizan actualmente?

Siempre

Algunas veces

Frecuentemente

Rara vez

Nunca

6) Al existir un portal web interactivo que le muestre el significado de las palabras y frases populares que utilizan sus alumnos para comunicarse. ¿Con qué frecuencia Ud. lo revisaría?

Siempre

Algunas veces

Frecuentemente

Rara vez

Nunca



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

ENTREVISTA

Figura 23. Foto entrevista



Nombre: Luis Rosero

Licenciado en Comunicación Social

¿Usted como comunicador social que aduce sobre los jóvenes que utilizan palabras populares para comunicarse?

La época muy remota el joven siempre ha buscado la manera de tener una comunicación que no sea interpretada o no sea fácil reconocida por los adultos por eso ellos generan códigos, iconos para que se puedan comunicar, hubo una época en que la juventud comenzó a hablar las palabras al revés por ejemplo esnaki, porque para esa manera no entiendan las personas adultas el problema es que se publicito tanto, que incluso todo el mundo empezó a hablar de esa manera que es un término popular que se denomina CO en los actuales tiempo el lenguaje que tiene los jóvenes ahora se puede decir que es el resultado de las comunicaciones actuales como el celular o el internet ellos escriben abreviando palabras y la pronuncia de esa manera. Ahora ya no dicen amigo si no amix ósea van cortando palabras entonces de esa manera se

forma un lenguaje pero el lenguaje no es solamente un código para los jóvenes si no los adultos también lo van conociendo entonces poco a poco va evolucionando. Este lenguaje que ustedes hablan también tiene que ver la parte social porque por ejemplo la gente de dinero tiene una manera de hablar diferente a la que tiene poco dinero, la gente que viene de otro lugar habla diferente del que viene la otra y ambos grupos van aprendiendo uno de otros y van formando un lenguaje que a la final se va a volver universal

¿Considera usted que es peligroso esta forma de comunicación que utilizan los jóvenes y/o adolescentes?

Sí, porque estamos creando otro idioma, otro idioma que no tiene un fundamento científico o una parte técnica por ejemplo cuando uno le envía mensaje de texto uno siempre recibe una **q** abreviada que significa que y solo envían una letra y uno le va tomando algún tipo de significado porque ejemplo *estoy en mi c* le ponen solo una c que uno lo asocia como casa pero en gramática se debe de escribir completa entonces hay regla y hay gente dedicada a los estudios del idioma donde se ha aplicado durante años entonces se están creando idiomas incluso que es muy común en los jóvenes. Llegaremos a un momento que la gente hablara y escribirá diferente a otras poblaciones

¿Qué consejo usted daría a las personas para disminuir el impacto de las formas de expresión que tiene la juventud actual?

Mi recomendación sería que escriban como es el castellano o el idioma donde ellos viven, no abreviar, no buscar ideas representativas para poder dar un mensaje si no decir las cosas como son porque así como hablamos escribimos las personas de una u otra manera no dañar el idioma o degenerando

¿Cree usted que es importante la creación de un portal web interactivo sobre el significado de terminología popular utilizada por los jóvenes actualmente?

Claro es una manera de informar, pero no solamente sería solo de informar o darle sentido a una palabra si no que también vayan creando una orientación de lo que se está haciendo no está bien además de la explicación se la da de donde proviene ciertas palabras porque si no se degeneraría si no también la cultura por ejemplo ya nos vestimos como ecuatorianos si no vemos las otras culturas y la aplicamos y con eso perdemos identidad el portal sería muy bueno pero aplicándolo la parte de educación. El idioma español es rico en diferentes variedades y si se la puede aprovechar de otras oportunidades sería bueno.