



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y DE LA
COMUNICACIÓN**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN SOCIAL, MENCIÓN PERIODISMO**

TÍTULO DEL PROYECTO

**DESARROLLAR OPINIÓN PÚBLICA EN PERSONAS ADOLESCENTES DE
15 A 17 AÑOS COMO PROCESO DE MEJORAMIENTO SOCIO-CULTURAL
A TRAVÉS DE MEDIOS ALTERNATIVOS.**

AUTORES:

CRESPO ARANA ANDREA ISABEL

REA ALTAMIRANO ERICK DOUGLAS

MILAGRO, MAYO DEL 2011

ECUADOR

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he realizado el proyecto de grado presentado por la Señorita Andrea Isabel Crespo Arana y el Sr. Erick Douglas Rea Altamirano para optar al título de Licenciados en Comunicación Social, mención Periodismo y que acepto tutoriar a los estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 30 días del mes de mayo del 2011.

Msc. Luis Rosero Constante

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los autores de esta investigación declaran ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica Ciencias de la Educación y de la Comunicación de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que este referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 30 días del mes de mayo del 2011

Andrea Isabel Crespo Arana

CI: 0926477415

Erick Douglas Rea Altamirano

CI: 0919101279

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación Social mención Periodismo, otorga a la Srta. Crespo Arana Andrea Isabel y al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	()
DEFENSA ORAL	()
TOTAL	()
EQUIVALENTE	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Licenciado en Comunicación Social mención Periodismo, otorga al Sr. Rea Altamirano Erick Douglas y al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	()
DEFENSA ORAL	()
TOTAL	()
EQUIVALENTE	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

A Dios, por ser mi guía; a mi mami Toyita que está en el cielo, por enseñarme a luchar sin desmayar y ser pilar fundamental en mi vida; a mi papá Jorge; mis hermanas Lady y Madelayne, a mi tía Mercy; que juntas hemos podido salir adelante hasta de los más inmensos problemas; para ustedes este nuevo logro.

DEDICATORIA

A mis tres hermanos, quienes los considero hermanos mayores.

A mi mami, mi abuelita, gracias. Mis tíos. Mi papá.

A Marie.

AGRADECIMIENTO

A mis maestros, que con cada enseñanza pude formar mis conocimientos; a mi tutor, Msc. Luis Rosero Constante, quien con dedicación y paciencia nos guió sabiamente para el desarrollo de este proyecto.

AGRADECIMIENTO

A los maestros de esta carrera. Al periodismo.

La semiótica, T.V. Radio, Medios impresos, Fotografía, Expresión Oral y Escrita, Antropología, Epistemología, Opinión pública, Filosofía, Psicología, Economía, Administración, Proyectos... Cine.

Al profe. Luis Rosero.

A quienes integran la Unidad Académica Ciencias de la Educación y la Comunicación.

Gracias.

Danke Gott.

CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR

Doctor.

Rómulo Minchala Murillo

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue **GENERAR OPINION PUBLICA ENTRE JOVENES DE QUINCE A DIECISIETE AÑOS PAR EL DESARROLLO SOCIOCULTURAL ATRAVES DE MEDIOS ALTERNATIVOS** y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias de la Educación y la Comunicación.

Milagro, a los 30 días del mes de mayo del 2011.

Andrea Isabel Crespo Arana

CI: 0926477415

Erick Douglas Rea Altamirano

CI: 0919101279

ÍNDICE GENERAL

DESARROLLAR OPINIÓN PÚBLICA EN PERSONAS ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS COMO PROCESO DE MEJORAMIENTO SOCIO-CULTURAL A TRAVÉS DE MEDIOS ALTERNATIVOS.

Índice general	xi
Índice de cuadros	xiv
Índice de figuras	xiv
Resumen	xvi
Abstrac	xvii
Introducción	xviii
CAPÍTULO I	1
EL PROBLEMA	
1.1 Planteamiento del problema	1
1.1.1 Problematización	1
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 tema	5
1.2 Objetivos	6
1.2.1 Objetivo General	6
1.2.2 Objetivos Específicos	6
1.3 Justificación	7
1.3.1 Justificación de la investigación	7

CAPÍTULO II	11
MARCO REFERENCIAL	
2.1 Marco teórico	11
2.1.1 Antecedentes históricos	11
2.1.2 Antecedentes referenciales	18
2.1.3 Fundamentación	20
2.2 Marco legal	21
2.3 Marco conceptual	24
2.4 Hipótesis y variables	27
2.4.1 Hipótesis general	27
2.4.2 Hipótesis particulares	27
2.4.3 Declaración de variables	27
2.4.4 Operacionalización de las variables	28
CAPÍTULO III	29
MARCO METODOLÓGICO	
3.1 Tipo y diseño de investigación y su perspectiva general	29
3.2 La población y la muestra	32
3.2.1 Características de la población	32
3.2.2 Delimitación de la población	35
3.2.3 Tipo de muestra	35
3.2.4 Tamaño de la muestra	38
3.2.5 Proceso de selección	38
3.3 Los métodos y las técnicas	39
3.4 Tratamiento estadístico de la información	42

CAPÍTULO IV	44
ANÁLISIS DE INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	
4.1 Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectivas	44
4.2 Análisis de la situación actual	52
4.3 Resultados	55
4.4 Verificación de hipótesis	58
CAPÍTULO V	60
PROPUESTA	
5.1 Tema	60
5.2 Fundamentación	60
5.3 Justificación	61
5.4 Objetivos	61
5.4.1 Objetivo general de la propuesta	61
5.4.2 Objetivos específicos de la propuesta	62
5.5 Ubicación	62
5.6 Factibilidad	63
5.7 Descripción de la propuesta	64
5.7.1 Actividades	79
5.7.2 Recursos, Análisis Financiero	79
5.7.3 Impacto	84
5.7.4 Cronograma	85
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta	86
Conclusiones	87
Recomendaciones	88
Bibliografía	89
Anexos	91

ÍNDICE DE CUADROS

CAPÍTULO II

Cuadro 1	
Cuadro de la Operacionalización de las variables	28

CAPÍTULO V

Cuadro 2	
Presupuesto de los medios de trabajo	80
Cuadro 3	
Presupuesto de la infraestructura física	81
Cuadro 4	
Presupuesto de los recursos técnicos	82
Cuadro 5	
Presupuesto general – total	83
Cuadro 6	
Cronograma de actividades	85

ÍNDICE DE FIGURAS

CAPÍTULO III

Figura 1	
Número de personas encuestadas	39

CAPÍTULO IV

Figura 2	
Respuestas de la primera pregunta	45
Figura 3	
Respuestas de la segunda pregunta	45
Figura 4	
Respuestas de la tercera pregunta	46
Figura 5	
Respuestas de la cuarta pregunta	46
Figura 6	
Respuestas de la quinta pregunta	47
Figura 7	
Respuestas de la sexta pregunta	48
Figura 8	
Respuestas de la séptima pregunta	48

Figura 9	
Respuestas de la octava pregunta	49
Figura 10	
Resultados de la novena pregunta	50
Figura 11	
Resultados de la décima pregunta	51

CAPÍTULO V

Figura 12	
Mapa territorial de la ciudad de Milagro	62
Figura 13	
Logotipo de la Campaña - Porque somos Milagro	64
Figura 14	
Estructura organizativa de la Campaña - Porque somos Milagro	65
Figura 15	
La Campaña Porque somos Milagro en portales sociales -facebook	67
Figura 16	
La Campaña Porque somos Milagro en portales sociales - twitter	68
Figura 17	
Dazibao con información dirigida a los jóvenes a participar de la campaña	69
Figura 18.	
Banner con el objetivo de incentivar a los jóvenes a la campaña	70
Figura 19.	
Segundo banner y la invitación a los jóvenes a desarrollar nuestra cultura	71
Figura 20	
Valla publicitaria de la campaña - Porque somos Milagro	72
Figura 21	
Segunda valla de la Campaña – Porque somos Milagro	73
Figura 22	
Primera hoja volante para involucrar a los jóvenes a ser parte de la campaña	74
Figura 23	
Segunda hoja volante de la Campaña – Porque somos Milagro	75
Figura 24	
Mural donde se expondrán los análisis y talento de los jóvenes	76

RESUMEN

El planteamiento general es el de desarrollar en los jóvenes un interés por la lectura, un uso adecuado de los instrumentos sociales, generar una integración compacta y comprometida con el mejoramiento de los distintos aspectos que intervienen en el avance social; para ello, nos basamos en la aplicación de los medios alternativos; herramientas que son de gran aceptación y uso hoy en día por parte de los jóvenes.

A través de su manejo buscan socializar, mantenerse con expectativas, ser parte e identificarse con determinados grupos; si utilizamos todos estos conjuntos de situaciones, tanto psicológicos como físicos, podemos percatarnos de la importancia y potencial intelectual que se desperdicia en los jóvenes que están dentro de nuestro grupo objetivo.

Realizar campañas que concienticen el compromiso de ser parte en la toma de decisiones y propuestas que se pueden plantear, mantener una información constante, orientada a través de los recursos que utilicemos como los medios de comunicación tradicionales: la televisión, radio o prensa escrita. Junto con la de medios alternativos como: dazibaos, redes sociales, hojas volantes, vallas, murales, banners. Y la vinculación constante en iniciativas que manejen las instituciones estatales y privadas, junto con la disposición enfocada y decidida a buscar cambios que permitan desarrollar una identidad en las personas de esta ciudad, es una de las formas organizadas proyectadas a mejorar los campos culturales de las sociedades. A lo largo de la historia se han manejado este tipo de contextos, muchas veces de manera errónea, pero al proponer una acciones continuas de información que busque potenciar intelectualmente sus capacidades, se conseguirá de forma organizada, estructural y sistemática los cambios de manera acertada.

ABSTRAC

The general approach is to develop young people's interest in reading, appropriate use of social instruments, generate a compact integration and committed to improving the different aspects involved in social progress; for this, we rely on the application of alternative, tools that are widely accepted and used today by young people. Through its use looking to socialize, keep up with expectations, being part and identify with certain groups; if we use this set of situations, both psychological and physical, we can see the importance and intellectual potential is wasted on the young people who are within our target group.

Campaigns to enlighten the commitment to be part in making decisions and proposals that may arise, maintain constant information, directed through the resources we use as traditional media: television, radio or newspapers. . Along with the alternative media as dazibaos, social networking, flyers, billboards, murals, banners. And the constant linkage initiatives that manage state and private institutions, together with the provision focused and determined to seek changes in order to develop an identity in the people of this city, is one of the organized forms designed to improve the cultural fields of society. Throughout history have handled this kind of context, often wrongly, but to propose a continuous action that seeks to promote intellectual information capabilities, will result in an organized, systematic structural changes accurately.

INTRODUCCIÓN

Basándonos en las necesidades comunicacionales de la sociedad y el progreso que este proceso puede generar a través de los medios alternativos en la sociedad, nos dirigimos a jóvenes entre edades de 15 a 17 años con el objetivo de desarrollar en ellos un compromiso de identidad y mejora del potencial intelectual que poseen; siempre en beneficio de crear nuevamente una característica y amor por la ciudad y sus habitantes. La vinculación de personas jóvenes con la seriedad y responsabilidad en la toma de decisiones frente a un eventual problema, es una tarea importante, necesaria para la sociedad; saber exponer criterios, diferentes análisis y propuestas de cambio, implementándose con bases orientadoras, lógicas, permitirá encontrar nuevos campos de expresión, muchas veces revolucionarios, pero proporcionándole una correcta elaboración, desarrollaríamos diversas formas de avance social.

¿Por qué los jóvenes?

Los jóvenes son el reflejo de una sociedad, de un pueblo, en ellos se evidencia el nivel cultural que posee una población, en cada una de sus actividades, discernimientos, juicios críticos y hasta el alcance proporcional que se puede originar a partir de sus actividades o acciones que se propongan alcanzar.

Para la Organización de las Naciones Unidas, ONU, los jóvenes cumplimos de forma directa con el avance de los pueblos y en cada una de las tareas de reconocimiento cultural, Ban Ki-moon, Secretario General de las Naciones Unidas lo puntualiza de esta manera:

“Reconozcamos y celebremos todo lo que los jóvenes pueden hacer para construir un mundo más seguro y más justo y redoblemos nuestros esfuerzos por incluir a los jóvenes en las políticas, programas y procesos decisorios que benefician su futuro y el nuestro”.

Si seguimos estos lineamientos internacionales, es seguro que los resultados de forma interna serían de gran importancia para nuestra ciudad. Con la adecuada seriedad y responsabilidad, crear formas de expresión crítica frente a normas sociales que se pueden manifestar. Al tener unas bases claras durante el desarrollo y aplicación de esta propuesta, encontramos el sensibilizar a la juventud, expresiones reflejadas en el

aumento del compromiso y la inversión en los adolescentes.

El movilizar e incrementar la participación de los jóvenes y las asociaciones en beneficio de la ciudad de Milagro.

Y conectar, establecer lazos que aumente la comprensión intercultural entre los jóvenes. Tomando en cuenta los distintos puntos de vista originados por la ciudadanía frente a problemas socio-culturales; este proceso formativo, científico e investigativo, promueve el correcto uso de la tecnología, las comunicaciones, junto con las herramientas que nos facilitan pronunciarnos.

Martín Barbero, en su libro de los medios a las mediaciones, señala: La comunicación se convirtió en una cuestión de mediaciones más que de medios, en una cuestión de cultura y, por lo tanto, no sólo de conocimientos, sino de re-conocimiento.

Pues el avance del uso de estas tecnologías, en los jóvenes causa aceptación significativa, en ese sentido, necesariamente reconocer los fenómenos y al mismo tiempo emplearlos en el aprendizaje individual para establecerlos en la comunidad.

Estructurar una vinculación juvenil organizada y dispuesta a expresarse utilizando cada una de sus capacidades intelectuales, una vez reconocidas a través del proceso orientador empleado en cada una de las herramientas utilizadas dentro de nuestra campaña de utilización de medios alternativos.

Tener en cuenta el espacio entre vinculación a partir de un evento y el espacio donde tiene lugar, es de suma importancia, Jordi de San Eugenio Vela, en su publicación para el portal de la comunicación en el 2008, comunicación y territorios, manifiesta, situar el territorio en el punto de mira de la comunicación tiene que servir, entre otras muchas cosas, para construir un modelo inteligible de interpretación del espacio físico que nos envuelve, poniendo el énfasis en su alto poder de significación.

Es decir un aspecto importante en el desarrollo de los pueblos está marcado en la organización de información que se crea y termina siendo el mensaje directo en el espacio receptor, reflejando los comportamientos a través de la información representativa que se originó.

El conocimiento de temas importantes para el avance de la ciudad, la región, el país y su gente, son las premisas tratadas para de forma eficiente generar una correcta emisión y recepción de criterios, generando una adecuada Opinión Pública en la población de Milagro.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

Muchas son las manipulaciones comunicacionales directamente relacionadas con la población, estas relaciones se encuentran desde el origen del hombre y su necesidad de comunicarse. A lo largo de la historia, el desarrollo de los pueblos ha permitido crear nuevas representaciones para informarse, sobre todo, llegar a la mayor cantidad de personas con nuestro mensaje. Esto se origina de una manera más directa e influenciada con la creación de la imprenta en el siglo XVI, a partir de ese momento los mecanismos comunicacionales tomaron fuerza directa en las poblaciones que se regían por un monarca, estos al mismo tiempo, utilizaban este medio para poder llegar a su gente y de alguna u otra forma ejercer e influir en cualquiera de sus fundamentos y conseguir que lo obedezcan.

José María Ferreres lo conceptualiza, los estudios sobre la comunicación de masas constatan que los medios tienen efectos significativos en la sociedad ¹. De alguna forma, este comportamiento se mantiene en la población sea cual sea el resultado del mensaje, esto dependerá del lugar, tiempo y espacio.

1.- FERRERES, José María: Opinión Pública y medios de comunicación. Publicación 25 para la revista antropológica de la Universidad de Granada - España. La importancia de este artículo enmarca los conceptos y lineamientos entre la sociedad y la Opinión Pública.

Si se analiza detenidamente el progreso de los pueblos europeos y norteamericanos podemos proveernos de valiosa información ya puesta en práctica, al mismo tiempo, si nos detenemos a considerar estos cambios, conseguimos darnos cuenta que la comunicación directa o indirecta de los gobernantes con sus localidades era uno de los factores predominantes que permitía figurar el progreso general de aquellas regiones; aunque, la mayor parte de este desarrollo se consiguió gracias a la lucha de los obreros, esta es una de las representaciones principales en el avance social a través de los mensajes que llegaba por parte de los soberanos.

Pero para poder conceptualizar y hacer referencia inmediata en lo que deseamos conseguir con este proyecto, destacar la importancia que generan los mensajes de los medios de comunicación, por consiguiente el efecto en el pueblo; pues en la actualidad, si bien ya son pocos los países que mantienen el legado monárquico, la mayor parte de las naciones están regidas por una política democrática, en un menor número la comunista y socialista.

Cada uno de estos gobernantes como sus opositores son los responsables directos del desarrollo político, social y cultural en cada una de sus naciones.

Esto nos lleva a ordenar este funcionamiento, que no todos llegan a percibir, como "la opinión del pueblo" ², término utilizado en el siglo XVIII en España y que se lo asimilaba con opiniones vertidas por multitudes y es a finales de ese mismo siglo que adquiere un nombre propio otorgado por la oportuna democracia o liberalismo conceptualizándola como un instrumento de guía y control del gobernante.

Mucho tiene que ver la sociedad, llamada hoy en día por los medios de comunicación como público, pero para que llegue a significar un grupo determinado de personas el medidor de la continuidad o no de frecuencias radiales, televisivas o cualquier otro sistema de información masiva, tuvieron que pasar cerca de tres siglos, pues apenas a inicios del siglo XX empieza, a tomar forma y fuerza la cultura de masas ³.

Sin embargo, en Sudamérica y más particularmente Ecuador, luego de la lucha de

2.- Enciclopedia sociológica: Historia de la Opinión Pública.

3.- Enciclopedia sociológica: Opinión Pública.

personas importantes y decisivas en el cambio político de nuestro país, como Eloy Alfaro, se viene a experimentar el poder influenciado en las masas si se consigue distinguir y combinar la opinión legal y natural, la primera siempre elaborada y expresada por la burocracia o gobernantes y la segunda derivada de los ciudadanos, es este comportamiento o proceso comunicacional social que a lo largo de nuestra historia, primero como aborígenes del “nuevo mundo”, llamado así por los españoles, y luego procedido por las élites dominantes y forjadoras de nuestra patria que, luego de tres siglos sigue manteniendo una conducta no lejana al tratamiento arbitrario que muchos de los gobiernos han impuesto y de una u otra manera han marcado la historia de nuestra nación.

La sociedad tan agradecida no está, pues basta darnos cuenta que el desarrollo tanto político, cultural y social no se han visto reflejados en cada uno de los ciudadanos, más bien han sido el instrumento para ejercer el poder y al mismo tiempo los primeros afectados de esa manipulación, no olvidemos que la Opinión Pública es la tendencia o preferencia, real o estimulada, de una sociedad hacia hechos sociales que le reporten interés, esto significa que si conseguimos crear Opinión Pública en las personas conseguiremos el desarrollo tanto individual y por consiguiente colectivo de una sociedad; declaramos entonces que ¿desde los inicios de nuestra nación no se ha generado Opinión Pública? No, descubrimos entonces que esa Opinión Pública ha estado mal direccionada, al estar manejada por poderes políticos.

Según David Hume esto parte de, un análisis psicológico sobre la formación de la opinión individual para después dirigirse al más amplio sentido político que reporta este fenómeno o intereses propios que defienden los medios de comunicación, les permite que su presencia reiterada en la sociedad los convierta en instrumentos de gran influencia ⁴.

Ese exceso de poder les va a permitir provocar manipulaciones de todo tipo ⁵, cita Nathali Bernabeu.

4.- HUME, David: “Discursos políticos”. 1752. Hace una comparación entre la sociedad y el comportamiento Psicológico a través de los mensajes.

5.- BERNABEU, Morón Natalia: Breve historia de la prensa. La prensa en la nueva “sociedad de masas”. Proyecto Quadraquinta. España.

Como consecuencia, se generó un comportamiento social que no sabía como formar su propio argumento por defender el esfuerzo y circunstancias en las que podían encontrarse los diferentes grupos nacionales.

1.1.2 Delimitación del problema

Trabajaremos durante cuatro meses con jóvenes de 15 a 17 años que vivan en la ciudad de Milagro, provincia del Guayas, Ecuador, para que a través de un concepto adecuado de información se consigan solucionar problemas sociales. Por consiguiente el grupo al que estamos dirigiéndonos obtendrá la capacidad investigativa que permita tener nuevos campos culturales.

1.1.3 Formulación del Problema

Los jóvenes milagreños no están en capacidad de tener una idea clara de lo que significan los problemas culturales y sociales de la ciudad y el país.

Entre los jóvenes milagreños existe poca valoración y apatía por conocer la historia cultural de la ciudad.

La ciudadanía carece de un compromiso social con la ciudad.

Existe un mal uso tecnológico entre los jóvenes para conocer la cultura e informarse.

La poca difusión de eventos socio - culturales genera el poco interés de los jóvenes para asistir a ellos.

1.1.4 Sistematización del problema

¿Cómo podemos mejorar la concepción cultural a jóvenes en el acontecer local y nacional?

¿El desinterés que existe entre jóvenes en Milagro por conocer las raíces culturales sería por la poca información al respecto?

¿El lento desarrollo urbano de Milagro indicaría una falta de compromiso de la población hacia la ciudad?

¿Es necesario para el desarrollo cultural – investigativo, ampliar el acceso de los jóvenes a nuevas tecnologías?

¿Milagro está preparada para lograr un avance cultural en los jóvenes?

1.1.5 Determinación del Tema

Nuestro proyecto, que busca desarrollar una adecuada Opinión Pública, está encaminada a mejorar la percepción intelectual en jóvenes porque basados en un estudio sistemático, estructuralista y metódico que no solo lo comprobamos durante nuestro aprendizaje en los distintos niveles de estudio de la especialización de Comunicación Social, también lo encontramos en las distintas investigaciones y mini - proyectos que hemos desarrollado en las cátedras concernientes al tema que estamos tratando como la Semiótica, Opinión Pública, Epistemología de la Comunicación, Estudios de Medios Impresos, televisivos y radiales, Cine, Psicología, entre otras, logramos tener una idea clara de la importancia de los mensajes que no solo se quedan en esa palabra, pues es todo un procedimiento científico y hasta por momentos, que se puede salir de allí, porque en ocasiones la sociedad establece una conducta que para muchos no se puede explicar.

Haciendo especificaciones más directas hacia el grupo al que estamos tratando, encontramos en nuestra ciudad una carencia de muchas conductas que nos ayudaría a mejorar los distintos aspectos socio – culturales en la población.

Los jóvenes milagreños y más precisamente los de edades entre 15 a 17 años mantienen una conducta con escasa capacidad y descuido por no poseer una idea clara y relativa de problemas culturales y sociales de la ciudad en la que se desenvuelven y como resultado del país. Entre estos puntos encontramos la des-valoración y descuido por conocer los principios y culturas de nuestra ciudad.

En otros casos esto se puede originar por la falta de compromiso de las autoridades que no fomentan una iniciativa que nos identifiquen con los propósitos que se puedan originar. Para todo esto, hemos encontrado que los métodos tecnológicos que se actualizan y mejoran cada vez de una forma más expansiva e interactiva son mal utilizadas o poco aprovechadas por quienes deberían interactuar de una forma clara y directa con estos grupos de jóvenes para desarrollar en ellos una apropiada conducta social y hasta cierto punto, las iniciativas que se han querido dedicar, muchas de las ocasiones no han generado el interés que se esperaba conseguir.

Esto nace no solo por la apatía general que existe por obtener adecuados y mejores niveles sociales. Se genera porque la población no se ha visto orientada correctamente y más aún, los jóvenes actuales no mantienen una conducta de identificación y caracterización por la ciudad y por lo que significa un conocimiento socio – cultural. El propósito del proyecto buscaría contrarrestar esa situación, abrir nuevos campos de interpretación social que optimicen y estimulen cada uno de los factores que no permiten desarrollar a las personas culturalmente, es decir, produciremos un mejor desenvolvimiento poblacional.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Generar y direccionar a los jóvenes hacia un modelo de desarrollo colectivo a partir de un análisis e interpretación adecuada de información que se originen desde una perspectiva individual.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Fomentar un avance educativo individual que permita reconocer los factores de mejoramiento social.
- Informar de una manera continua a los individuos para conseguir soluciones en la localidad.

- Desarrollar las capacidades de progreso científico-investigativo.
- Conducir a las personas hacia un avance cultural.
- Establecer un procedimiento conductista que permita desarrollar capacidades individuales y colectivas.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la investigación

Milagro es una localidad que ha pesar de poseer recursos tanto manufactureros como primarios ha experimentado un cambio poco acelerado comparado a otras ciudades, no necesariamente nacionales. Si analizamos y damos la solución al problema interno, nos daremos cuenta que el inconveniente no es solo en esta ciudad, la opinión pública que se ha generado está marcada por un progreso nacional, que a criterio de analistas, el Ecuador no es un país que haya avanzado como debió haberlo hecho al contar con tantos recursos.

Ya estamos próximos a los 98 años de haber sido considerados como Cantón y durante todo ese tiempo el progreso social que ha experimentado la ciudad no es significado de haberse constituido como el más adecuado ni mejor viable, la población poco ha podido experimentar y hacer conciencia de lo que significa el verdadero progreso, un aspecto importante, en este sentido, es directamente concluyente con el erróneo manejo del direccionamiento progresista de una sociedad.

¿Es la falta de líderes o personas dedicadas a desarrollar los recursos de la población?

Un hecho claro y que las personas no lo pueden negar es el de haber llegado a gobernar nuestros pueblos y no hacer conciencia clara de lo que implica ese cargo ni cuál es su verdadera responsabilidad, la defensa de intereses y hasta cierto punto la falta de capacidad en sus cargos han hecho de estos pueblos poco alentadores en el objetivo de

mejorar las condiciones sociales, prioridad de cualquiera que llegue a ocupar cargos públicos.

¿A qué se debe eso? Pues a la poca información y adecuada educación formativa. Es un hecho registrado desde hace mucho antes, pues desde el primer presidente de la República, Juan José Flores, la población tuvo que sufrir directamente las dictaduras enmascaradas de los gobernantes y en medio de ese problema, mientras otras naciones experimentaban cambios progresistas y mejoramiento social e identidad cultural, nuestra sociedad experimentaba el interés individual de poder y enriquecimiento.

Muestra de esta reflexión es la de que otros pueblos surgían como potencias a pesar de no poseer recursos naturales y científicos como en el nuestro. Esta sociedad experimentaba el mal direccionamiento de información, pues esta es clave para el progreso sociocultural.

Así lo destaca Jaime Costales, "hay una influencia que puede ser sana, en el sentido orientador de la toma de decisiones. Podrían ser una buena pauta de referencia para que la población entienda problemas complejos y pueda guiar la conducta humana desde lo ético"⁶.

En muchos de los casos el mal direccionamiento ha sido resultado del poco compromiso dentro de los cargos de departamentos importantes y directos con el mejoramiento social, como resultado son poco productivos, pues en ocasiones esas personas tampoco pueden denotar la importancia y potencial de sus cargos y de los espacios que pueden ocupar o desarrollar, dando como resultado, una errónea conceptualización de su trabajo a las nuevas generaciones, esto resultará en el total desinterés y orientación hacia un progreso acertado y adecuado.

Son estos unos cuantos argumentos para poder tener una idea clara de lo que significa la opinión pública en el desarrollo de los pueblos, es indispensable para conseguir una buena normativa cultural y política que permita la aceptación o rechazo de determinadas decisiones absorbentes.

6.- COSTALES, Jaime: La manipulación puede causar una sumisión colectiva. Entrevista diario El Comercio. Docente en la Universidad de San Francisco de Quito, licenciatura en antropología social. Quito - Ecuador. 09, 2010.

La ciudad y su desarrollo

En este punto es importante tener en cuenta que los recursos que poseemos, son aspectos que depende de nosotros desarrollarlos.

Si conseguimos fomentar Opinión Pública en las personas, esta opinión que se genere será la puerta de nuevos rumbos, nuevos procesos de mejoramiento social, creando una concientización directa entre los actores directos que intervienen como el socio-cultural, estos son los puntos importantes que engloban a una sociedad progresista, al generar Opinión Pública correctamente direccionada conseguiremos tener una idea más clara de lo que se desea conseguir a mediano o largo plazo, así cada uno de los habitantes seremos capaces de determinar y solucionar aspectos que no sean correctamente encaminados al desarrollo científico generalizado.

Perspectivas progresistas

Desde los inicios de la creación de esta localidad, han surgido personas importantes en el aspecto cultural, deportivo, empresarial e intelectual, nuestras escuelas cuentan con alumnos que poseen diferentes aptitudes que si se las encaminaran desde esas edades, nuestra sociedad sería otra; los colegios poseen deportistas e investigadores que se los puede orientar y preparar para el campo laboral o profesional, pero no solo depende de encaminarlos en esa vía.

Sin embargo, si creamos esa opinión pública correctamente direccionada desarrollaremos en ellos actitudes que permitan conseguir esos factores que hasta el momento pocos han sabido desarrollarlos y que han tenido la oportunidad de experimentarlos, alcanzando así sus objetivos; pero comparado con ese número de emprendedores, Milagro puede originar aún más, posee personas que puedan desenvolverse progresivamente en esta localidad.

Para ello es preciso desarrollar programas que permitan encaminar en esa línea a la sociedad, porque eso tiene que ver con la protección de identidad y la cultura de los países, señala Daniel Ivoskus ⁷, argentino experto en comunicación, haciendo mención en el área educativa y cultural de los pueblos.

7.- IVOSKUS, Daniel: Los medios deben dar espacio para la cultura y la educación. Entrevista diario El Comercio. Experto en comunicación. Concejal del Municipio de San Martín - Argentina. 2010.

Hacer de esta ciudad un lugar de desarrollo continuo y que cuente con pilares fundamentales en este proceso como es el correcto razonamiento de mejoras productivas en los distintos campos individuales, sociales y científicos es el resultado de los direccionamientos correctos de análisis y de generar opinión encaminada a un avance político, social y cultural.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes históricos

En nuestra intención de hacer referencias claras en el proceso de buscar implementar el proyecto, citaremos hechos que son de gran importancia en el comportamiento humano, hechos que han marcado el desarrollo de los pueblos, abriendo distintos canales que se originaron buscando mejorar e identificarse como sociedades.

No basta con la lucha diaria de miles de mujeres en las calles de nuestra ciudad sino en el mundo entero, cada mujer en la actualidad es símbolo de desarrollo constante de progreso e igualdad de géneros.

Nuestro país, por nombrarlo como referencia dentro de este tema social, de mucha importancia, se puede resaltar la sabiduría de mujeres que exaltaron y fueron claves para el reconocimiento de igualdad. La lojana Matilde Hidalgo de Procel, marcó un referente importante dentro del Ecuador por ser la primera mujer que culminó la secundaria, pudo estudiar la universidad (fue la primera Doctora del país) y la noticia que trajo mucha polémica en si, el primer sufragio femenino en el año de 1924.

Otro caso, podemos tomar como referente el de la ex presidenta del Ecuador, Rosalía Arteaga Serrano, quien estuvo a cargo del poder ejecutivo del 9 al 11 de Febrero de 1997, tras el derrocamiento de Abdala Bucaram, su binomio político en el periodo presidencial del mismo. Fue la primera Vicepresidenta del país.

Si nos trasladamos a la época contemporánea, encontramos a la figura feminista representativa como heroína de la Independencia de América del Sur, la primera

general del Ecuador como lo es Manuelita Sáenz, siendo esta la primera mujer militar en la Batalla del Pichincha en 1822.

No solo los ejemplos se quedaron en el pasado, cada día en nuestro país existen mujeres con alto grado de inteligencia que dejan su nombre como referencia, por sus conocimientos y luchas implacables en algún suceso. Así mismo, notamos el cambio que se desarrolla en la ciudad, por lo que es fácil observar a una mujer con una vida ordenada y tranquila, pero admirable encontrar y conocer a mujeres que luchan día a día por el bienestar de toda su familia o comunidad.

Así mismo al momento de desarrollar opinión pública en dicho grupo objetivo, tenemos la presencia de figuras representativas que de una u otra manera muestran sus habilidades, y en ciertas ocasiones son mujeres. Ecuador, sus provincias, ciudades y cantones cuentan con personajes que luchan por los avances, no solo a nivel público sino personal. Por esto en la actualidad, no solo lucha aquella mujer sentada detrás de un escritorio, lucha toda mujer que se esfuerza por su hogar y por sus conocimientos intelectuales para progresar cada día. Lucha también aquella que madruga todos los días para sacar a sus hijos adelante, lucha toda mujer que cuida a sus padres ancianos, lucha cada mujer con capacidad especial pero que trabaja de una mejor manera que una normal.

Toda mujer es libre en la actualidad de desarrollar cualquier opinión, además en muchas ocasiones es líder de cualquier tema.

El desarrollo en la sociedad no solo está enmarcado desde un determinado aspecto, tengamos en cuenta la intervención de relaciones con gran diversidad de comportamientos sociales. Si partimos desde un punto científico, encontraremos la relación que existe entre las diversas ramas de la Opinión Pública como el comportamiento social, comportamiento psicológico, la conducta, aspectos psicosociales, los comportamientos de los sistemas sociales, el control social, la adaptación social, Psicología Social y hasta la costumbre social, todos estos responden a variedad de conceptos permitiéndonos profundizar en los cambios que se pueden realizar desde una representación de mejoramiento cultural individual hasta los más variados sistemas de comportamiento masivo que examinan el estilo de vida presente y

busca mejorar, con el desarrollo que se esté produciendo, la concepción que llegue a tener una influencia sustancial en el desarrollo de nuestra ciudad.

Un punto claro y particular es el desarrollo que ha tenido la segregación del prejuicio racista que ha rodeado a diferentes grupos étnicos, culturales, religiosos que se han originado a lo largo de la historia.

En la ciudad de Milagro existen varios de esos comportamientos que no han permitido el desarrollo acelerado social, cultural y político, es decir, se han ido implementando comportamientos que no nos identifican, ni nos caracterizan, entre varios de esos puntos encontramos el machismo, falta de responsabilidad social, proyecciones poco formativas.

Es apenas, desde un periodo de cinco años atrás que se ha tratado de corregir varias de estas deficiencias personales y por consiguiente sociales.

Un ejemplo claro de esto es la simbolización que se tiene de esta ciudad, se la ha conocido como tierra de las piñas. Hasta el momento, los jóvenes, las nuevas generaciones, no poseen un enfoque claro de la historia y por qué se la llama así, es muy poco lo que se ve de esta fruta en la ciudad, o casi nada. Esto es resultado de una falta de compromiso, reconocimiento y consolidación de nuestras costumbres.

Por citar otro ejemplo un poco más exteriorizado, podemos referirnos a la lucha contra el racismo, hacia las personas de raza negra, que se ha vivido en los Estados Unidos y esto haciendo relación con la gran cantidad que existe en nuestro país de este linaje.

Una situación que nació en el siglo XVII con la comercialización de esclavos africanos y es apenas a mediados del siglo XX que se empiezan a originar procedimientos que buscaron cambiar aquella situación.

Ha sido un proceso que sufrió represión, encarcelamiento, discriminación en buses, en lugares públicos, hospitales y muertes. Pero no dejó nunca de defender su postura e ideal, de poseer los mismos derechos que cualquier otra persona. En la actualidad se evidencia una diferencia sustancial; aunque, con el tiempo se han desarrollado nuevas clases de discriminación, como a los inmigrantes, los de raza asiática u oriental, pero esto se lo ha empezado a contrarrestar con acciones a través de organizaciones.

Pero el punto principal y que directamente está relacionado con nuestro proyecto es la forma como se consiguió originar una conducta masiva que excluya comportamientos inadecuados. Este es a través de una adecuada gestión educativa, es decir, las personas que iniciaron toda esta ola de cambios para su raza no eran personas cualesquiera que jamás habían estudiado, preparado su discurso o hayan tenido el poder de investigación o observación.

Un ejemplo claro es Martin Luther King Jr.*, quien no solo tuvo la influencia cristiana de igualdad de condiciones sino que se licenció y doctoró en Teología Sistemática y graduándose también en la rama de Sociología recibiendo el grado de Doctor en Filosofía y esta última mención es una de las más importantes a lo largo de todo su cometido ideológico.

En estas condiciones, nuestro proyecto está direccionado desde un punto de vista filosófico, claro está que hacemos menciones en ciertas personas que marcaron un revés en acciones que no permitían desarrollar correctamente a la sociedad por ser ejemplos de lo que se busca poner en práctica. No solo es una mejora notable en el campo cultural, a través de los distintos procedimientos que se produzcan en los jóvenes, estos obtendrá las capacidades de analizar determinados comportamientos que nos ayuden a mejorar individual y colectivamente.

Opinión Pública – desarrollo

Para Ania Laguna, la Opinión Pública, hace referencia directa del origen de estos términos a partir de la participación de los ciudadanos en la vida pública dependiendo de su autonomía, frente a esta esfera se alza los conceptos de libertad y continuidad⁸, es decir, este concepto tiene una larga historia, pues en esos términos el marco constitucional feudal, siglos atrás, eran quienes prohibían, implementaban o generaban opinión de acuerdo a sus formas de gobernar.

* Martin Luther King Jr.: Nació en Atlanta el 15 de enero de 1929. fue un pastor estadounidense de la iglesia bautista que desarrolló una labor crucial en ese país al frente del Movimiento por los derechos civiles para los afroamericanos, además, participó como activista en numerosas protestas contra la Guerra de Vietnam y la pobreza en general. Fue condecorado con el Premio Nobel de la Paz en 1964. Murió asesinado en Memphis, el 4 de abril de 1968 cuando se preparaba para liderar una manifestación.

8.- LAGUNA, Ania: Crítica a la Opinión Pública. Origen de la publicidad. Portal de la comunicación. 2010.

Con el desarrollo y liberación de los distintos grupos sociales en los diferentes continentes, se crea una nueva forma como principio de mediación entre lo político y social; la ilustración es el uso de la razón tanto de individuos como de la humanidad en su conjunto, y esta debe aceptar la publicidad como mediadora, en este caso la publicidad hace referencia a opinión pública y su importancia en la sociedad.

Teorías actuales han puesto en evidencia que estos términos son opiniones, esto quiere decir, juicios sobre cuestiones de interés general.

Las opiniones se mueven en un terreno que podemos considerar que existe entre el conocimiento y la ignorancia ⁹, manifiesta Jordi Berrio.

De alguna forma estos términos han evolucionado y dependiendo del área de estudios puede variar levemente, pero lo que no ha cambiado y constituye parte fundamental en este fenómeno general ha sido la propia sociedad, esto nos lleva a relacionar directamente los grupos de poder que ha lo largo de la historia han sido parte fundamental en el avance de los pueblos, pero su mayor fuerza operativa se la consigue a partir de los gobiernos modernos democráticos, pues son estos los principales interventores del desarrollo y subdesarrollo que actualmente atraviesan los países.

En este contexto tiene mucha importancia el ejercicio periodístico, pues a través de su declaración se originan estereotipos que influyen en el ambiente social e invadiendo las mentes de las personas. Los medios de comunicación poseen agendas determinadas temporalmente de acuerdo a su análisis de difusión, durante estas reuniones se debaten los distintos argumentos políticos, económicos, deportivos etc.

Pero es importante reconocer que los resultados de esos debates tienen el objetivo directo de originar temas que generen interés colectivo, iniciando una serie de comportamientos en la colectividad, resultado de esa agenda; ahora, si durante esos debates no se toma la total responsabilidad y seriedad con la opinión pública que lleguen a originar, tendremos como resultado el mal direccionamiento y orientación de progreso o desarrollo social, por lo tanto la colectividad estará completamente esquiva a cualquier iniciativa de mejoramiento o desinteresada en ese proceso.

9.- BERRIO, Jordi: Opinión Pública, las distintas posiciones teóricas sobre el fenómeno de las opiniones colectivas. Portal de la comunicación, Aula abierta.

La opinión pública como instrumento de cambio

Los medios de comunicación son parte fundamental en el cambio estructural y reordenamiento de conceptos socio-culturales que una sociedad ha olvidado, hoy en día las nuevas tecnologías nos permiten tener nuevos campos de análisis, opinión, aprobación o negación de un tema específico.

Estos medios alternativos son los nuevos procesos de mediación entre lo que es y puede ser, utilizando como medio de cambio son capaces de regular las capacidades de una sociedad joven que crece con nuevas formas de comunicarse.

Al utilizar estos recursos conseguiremos significativamente que, los estereotipos, expresiones o frases que expresan unas ideas preconcebidas que se aplican selectivamente a los temas, busquen provocar las connotaciones adecuadas en la sociedad ¹⁰, según Gustavo Cardoso.

La conducta de la sociedad está claramente involucrada con los mensajes que a diario recibimos de los medios de comunicación, esa transmisión colectiva en nuestras casas, al subirnos en los buses, al abrir una página web o en el mismo hecho de trasladarnos de un lugar a otro sin, supuestamente, darle importancia a los mensajes que se difunden en las calles.

Estamos siendo parte de una influencia directa o indirecta, causada o accidental, de lo que ocurre a nuestro alrededor, de alguna manera nos afecta o nos educa, esto hace que la opinión pública que se genere a partir de allí sea el resultado de nuestro comportamiento ideológico; en la actualidad muchos lo llaman un proceder cultural, pero si esa conducta la han catalogado como cultural es producto de la frágil orientación colectiva que a lo largo del tiempo se ha convertido en un procedimiento histórico semiótico, pero mal elaborado, dando como resultado una sociedad que poco interés le da al avance social o no tiene conocimientos de cómo conseguir su progreso. Por consiguiente la colectividad será la afectada directamente en sus labores cotidianas o necesidades prioritarias.

10.- CARDOSO, Gustavo: De la comunicación de masas a la comunicación en red, modelos comunicacionales y la sociedad de la información. Portal de la comunicación. 07, 2009.

Todos nosotros convivimos con los medios – desde la escrita hasta las imágenes en movimiento y las imágenes estáticas, a la comunicación oral – en nuestro día a día. Interpretamos e incorporamos permanentemente información en las decisiones que tomamos, en un proceso reflexivo, Anthony Giddens ¹¹.

Al utilizar cada uno de los recursos comunicacionales que tenemos, esa información, sea noticiosa, o de cualquier otro aspecto donde intervengan las personas, estaremos reestructurando una sociedad que en su mayoría ha perdido los principios morales y aún más, estaríamos contribuyendo en la preparación de los adolescentes/jóvenes a esta era que ya inició.

Esa experimentación activa de cambio permitirá que las capacidades de estas personas sean productivas en las distintas áreas investigativas sociales, creando nuevos perfiles comunicacionales en los ciudadanos resultado de mejores actitudes y relaciones interpersonales.

Nuestro grupo de investigación es fundamental en el desarrollo de la ciudad, basta con hacer referencia de que casi el 30% de la población de Milagro es parte de nuestro grupo que iniciaría cambios socio-culturales que mejoren los niveles situacionales de la población actual, de los 140.103 habitantes ¹², según el último censo poblacional, un grupo estrechamente relacionado al de nuestra investigación y que de alguna forma puede constituirse parte de este proceso; encontramos un promedio poblacional del 41 % del total que emprenda un proceso que no solo será útil para ellos, sino que tendrá influencia directa con grupos más pequeños y mejorará la identidad general de la población milagreña, emprendiendo un desarrollo más significativo en la sociedad.

Encontrar jóvenes que al parecer no tienen un rumbo cierto durante sus siguientes años es señal que se encuentran desorientados y sin preparación para la vida, luego de la secundaria, es importante impulsar opinión pública adecuada en este grupo objetivo porque así estaríamos iniciando un nuevo cambio o rumbo para el desempeño personal y que directamente beneficie la identidad colectiva.

11.- GIDDENS, Anthony: Las nuevas reglas del método sociológico: crítica positiva de las sociologías interpretativas. 1976.

12.- Censo poblacional 2001. Hasta el momento no se conocen los datos del Censo nacional realizado en el 2011.

2.1.2 Antecedentes referenciales

A través del tiempo, la ciudad de Milagro ha sobrellevado cambios fijados en las distintas administraciones políticas y en todo ese transcurso no se ha sabido explotar de manera significativa el área de Opinión Pública que determine un progreso acelerado, claro y reflejado en la ciudadanía.

Existen áreas que poco interés han generado en la ciudad; sin embargo, esas pocas personas que supieron explotar sus habilidades y talentos lo consiguieron en otras ciudades que de alguna forma han sabido valorar ese esfuerzo intelectual o artístico.

Existen proyectos que emprenden una iniciativa en busca de desarrollar áreas como la pintura, el deporte con información casi imperceptible que interactúa con estudiantes de secundaria, pero hasta el momento no se han generado iniciativas en el espacio de desarrollar opinión en la sociedad y menos en personas entre los 15 y 17 años de edad, como proceso de interacción con los nuevos grupos culturales urbanos y quienes no sean parte de esas tendencias, si intervengan en el proceso personal que genere nuevos contextos de desarrollo colectivo contribuyendo al progreso de la ciudad.

Iniciativas generales se han visto reflejados en diferentes países, los resultados son evidentes en aquellas ciudades, muchas veces no grandes territorialmente, grandes en el sentido de reflejar comportamientos culturales que son un símbolo en sus habitantes. En un sentido más amplio, ciudades en Europa, Norteamérica y varias en Sudamérica, demuestran tener un avance manifiesto en sus diferentes sistemas culturales; cada uno de ellos refleja costumbres y poseen una identidad que se expresa en cada uno de los ciudadanos. Basta darnos cuenta de ciertos lugares en nuestro país como Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato, son ciudades que mantienen o han desarrollado una identidad, un reconocimiento y con ello un desarrollo intelectual que ha medida que se ha ido efectuando, muchas veces de forma inconsciente, ha conseguido la aceptación e interés internacional.

¿Pero cómo se consigue esto? todas las grandes y pequeñas ciudades con estos alcances, mantienen un factor común, la identidad, esa identidad se crea desde niños, se origina como un compromiso con nuestro entorno y con nosotros mismos, pero sobre todo, se

desarrolla en los adolescentes; jóvenes quienes son los encargados en reflejar el potencial cultural que experimenta en ese momento una ciudad, esto se lo mide en el nivel intelectual y alcance al generar ideas y analizar.

Para llegar a este punto, si de niños se establece un sentimiento; aunque sea pequeño, en su adolescencia es cuando hay que trabajar para que ese efecto crezca y se lo establezca de forma clara y orientada en la sociedad; pues los jóvenes en estas edades, por naturaleza experimentan espacios de socialización, aceptación y desenvolvimiento en la sociedad.

“Al tiempo que intensificamos nuestros esfuerzos, debemos hacer todavía más para acercarnos a los jóvenes, escucharlos y aprender de ellos.” Ban Ki-moon, Secretario General de las Naciones Unidas (ONU).

En diferentes países se difunden programas de vinculación con los jóvenes en la búsqueda de mejoras con la participación de la juventud, esto no solo que ayudaría en gran manera a los ideales de desarrollo que cada ciudad mantiene, además se rescatan valores humanos con grandes habilidades y significativas aportaciones para la sociedad, anegadas en situaciones poco provechosas. Los jóvenes no son simples beneficiarios pasivos, sino agentes efectivos del cambio. Dedicados, entusiastas y creativos, los jóvenes han estado contribuyendo al desarrollo al ocuparse de las cuestiones más difíciles de la sociedad ¹³.

Esto, sobre todo porque se ve reflejado en ellos el eventual y sistemático progreso de una urbe. Los países, las ciudades, los pueblos, por acción natural buscan el bienestar, los seres humanos como actividad normal, buscamos mejores condiciones, los jóvenes, por naturaleza propia defienden la igualdad, la justicia, buscan transformar el mundo, las sociedades, los sistemas, por ello es importante trabajar en este grupo de personas. En nuestra ciudad ese potencial no ha sido utilizado para mejorar los rumbos generales de la localidad.

Partiendo de iniciativas como las que presenta la ONU, las ciudades que adoptan estos programas, desarrollan aún otras formas de extender estos ideales, es decir, no solo se

13.- Programa de la ONU para la juventud – 2010/2011.

cumple con una campaña, sino que se da continuidad a un proceso que no es a corto plazo; aunque, determinando el potencial y disposición de los jóvenes, los cambios se los evidenciaría. Nuestra ciudad no manejan esos niveles de orientación, no se ha sabido responder de forma correcta a los alcances tecnológicos, de medios y de programas que son significativos en el surgimiento de nuevas ideas, más aún, buscar la vinculación con la comunidad de edades entre 15 a 17 años.

Tanto es la incidencia que para el programa Social de la juventud, implementado por la ONU, los jóvenes a menudo dan el ejemplo adoptando estilos de vida ecológica y saludable, promoviendo usos innovadores de las nuevas tecnologías, aprovechando los dispositivos electrónicos móviles y las redes sociales en línea y salvando brechas para fomentar el desarrollo de sociedades inclusivas. Sus contribuciones al desarrollo en los planos comunitario, nacional, regional y mundial se deben reconocer y alentar.

2.1.3 Fundamentación

Nuestra investigación determinó que el proyecto a plantear es factible en su ejecución porque permitirá lograr un cambio socio-cultural en los jóvenes de nuestra ciudad, donde resaltaremos las capacidades de cada uno de estos.

Así, buscaremos que cada uno desarrolle opinión pública por medios que pueden ser elaborados ya sea por los mismos o por un medio en específico. Nuestro objetivo, se basa en la ayuda constante de personas jóvenes para nuestra ciudad, siendo estas, quienes puedan ayudar a la comunidad en general a participar de programas factibles por medio de nuestro proyecto, para organizar paulatinamente, pero con perseverancia nuestra ciudad.

2.2 MARCO LEGAL

Dentro de nuestra investigación y con referencia directa en el procedimiento y ejecución del proyecto que pretendemos ejecutarlo, encontramos varios artículos de los que nos valemos constitucionalmente y por consiguiente la importancia que tiene el proceso del Plan de Desarrollo del Buen Vivir 2009 – 2013 que el actual Gobierno está implementando para el desarrollo social y cultural en los ciudadanos de todo el país.

Si delimitamos el campo de estudio al que nos dirigiremos con nuestro proyecto, directamente simbolizamos a los adolescentes – jóvenes. La actual Constitución de la República del Ecuador aprobada en la Asamblea Nacional de Montecristi en el año 2008, hace referencia directa en la importancia de este grupo de personas en nuestra ciudad y el país entero; para ello nos referiremos literalmente a lo que menciona el Estatuto en su Título II capítulo tercero - Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria Sección segunda – Jóvenes.

Art. 39.- El Estado garantizará los derechos de los jóvenes y promoverá su efectivo ejercicio a través de políticas, programas y recursos que aseguren la permanente participación e inclusión en todos los ámbitos del poder público.

De acuerdo a la constitución nuestro grupo principal al que nos dirigiremos tiene gran importancia en el desarrollo social del país y así se lo menciona en el mismo artículo parte segunda:

El Estado reconocerá a los jóvenes como actores estratégicos del desarrollo del país y les garantizará, entre varios derechos naturales, la libertad de expresión, asociación y la promoción de sus habilidades de emprendimiento.

Y en nuestra propuesta tratamos cada uno de estos puntos, es decir, la estructura investigativa y ejecutora tiene inclusión directa y se refiere literalmente en los aspectos legales. Nuestro proyecto está amparado constitucionalmente como plan de desarrollo social a través de este grupo de personas en la sociedad, los adolescentes jóvenes.

Dentro de este perfil encontramos otros artículos que confirman nuestra intención a través de nuestro proyecto.

Título II capítulo noveno – Responsabilidades.

Art. 83 – parte 7.- Promover el bien común y anteponer el interés general al interés particular, conforme al buen vivir.

Es decir, cada uno de los ciudadanos tenemos el compromiso de encaminar hacia un desarrollo personal que permitan complementar intereses combinados de toda una sociedad, en nuestro caso, la población de Milagro.

Y de manera más enfática a todos los ecuatorianos o ciudadanos ecuatorianos, a través de la Constitución tenemos la responsabilidad de:

Art. 83 – parte 17.- participar en la vida política, cívica y comunitaria del país, de manera honesta y transparente.

En otras palabras, de nosotros los ciudadanos depende la vinculación en los sectores que son claves para el avance de la sociedad, más aún, quienes somos estudiantes universitarios y pronto a ser actores directos en el espacio profesional. La responsabilidad es aún mayor.

La misma Constitución en su artículo 280, hace referencia a la importancia de este Plan, siendo el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores.

A partir de allí, el plan posee varios de los puntos que documentamos en nuestro proyecto, de una manera más clara los enfocamos de la siguiente manera:

1. Proceso de construcción del Plan Nacional para el Buen Vivir

- 1.3. La participación ciudadana es un derecho, en este sentido, es una prioridad recoger la voz de aquellos que en escasas ocasiones han tenido la oportunidad de expresar sus sueños, aspiraciones y cosmovisiones; pero también es un deber establecer canales de diálogo con la ciudadanía organizada a fin de fortalecer la democracia. La participación comprende acciones individuales y colectivas.

2. Orientaciones Éticas y Programáticas

Cualquier proyecto responsable debe contener un conjunto de orientaciones éticas, utópicas y teóricas que permitan delimitar el camino y asegurar la factibilidad de sus sueños.

3. Un Cambio de Paradigma: del Desarrollo al Buen Vivir

Bajo la concepción del progreso, de la modernización y del desarrollo, opera una visión del tiempo lineal, en que la historia tiene un solo sentido, una sola dirección; los países desarrollados van adelante, son el “modelo” de sociedad a seguir.

3.2.2. Hacia un ser humano que desea vivir en sociedad

Estas consideraciones reafirman el reconocimiento de que las personas no son seres aislados, sino que necesitan y dependen de otras personas para alcanzar niveles de autonomía, de bienestar y para reproducirse socialmente.

Estos como principales argumentos que nos impulsa hacia un desarrollo socio-cultural, en los que nuestra propuesta hace mención en cada uno de los puntos como tener la participación colectiva de las personas, poseer un proyecto que oriente hacia un avance colectivo-progresista y alcanzar niveles de bienestar social.

De igual forma se hace mención en la sección:

7. Objetivos Nacionales para el Buen Vivir, donde se tienen 12 campos, los mismos que se pretenden ejecutarlos en un lapso de 4 años.

- La igualdad, cohesión e integración social.
- Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.
- Mejorar la calidad de vida de la población.
- Construir y fortalecer espacios públicos, interculturales y de encuentro común.
- Afirmar y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.
- Garantizar el acceso a la participación pública y política.

- Construir un Estado democrático para el Buen Vivir.

Entre otros, estos permitirán tener una estructura de mejoramiento social partiendo desde la participación individual.

En este sentido nuestro proyecto posee argumentos suficiente para su ejecución, pues mantiene relación directa con el aspecto legal, es decir, la Constitución del Ecuador y con el Plan de Desarrollo que por medio del mismo reglamento se ha puesto en marcha desde el 2009; nuestra propuesta es clara en su objetivo de direccionar a las personas hacia un modelo de progreso colectivo permitiendo crear nuevos campos de interrelación, a través de estas áreas, se experimentará nuevos espacios que no han sido desarrollados correctamente a lo largo de la historia, promoviendo así un desarrollo social que mejore y fortalezca la identidad cultural en cada uno de los ciudadanos.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Opinión Pública:

Tendencia o preferencia, real o estimulada, de una población hacia hechos sociales que le reporten interés, originando un conglomerado de criterios en la sociedad o grupo determinado de personas.

Medios de Comunicación:

Son instrumentos o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o comunicación. Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos, los mismos que están en constante evolución.

Jóvenes:

Se aplica a la persona que está en el periodo situado entre la adolescencia y la edad adulta.

Cultura:

La cultura es el conjunto de todas las formas, los modelos o los patrones, explícitos o implícitos, a través de los cuales una sociedad se manifiesta. Como tal incluye costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestimenta, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias.

Antropología:

Basa su estudio en el conocimiento del hombre por medio de sus costumbres, relaciones parentales, estructuras políticas y económicas, urbanismo, medios de alimentación, salubridad, mitos, creencias y relaciones de los grupos humanos con el ecosistema.

Sociología:

Es la ciencia que estudia los fenómenos colectivos producidos por la actividad social de los seres humanos dentro del contexto histórico-cultural en el que se encuentran inmersos.

Comportamiento Humano:

El comportamiento humano es el conjunto de comportamientos exhibidos por el ser humano e influenciados por la cultura, las actitudes, las emociones, los valores de la persona y los valores culturales, la ética, el ejercicio de la autoridad, la relación, la hipnosis, la persuasión, la coerción y/o la genética.

Psicología Social:

Es el estudio científico de cómo los pensamientos, sentimientos y comportamientos de las personas son influidos por la presencia real, imaginada o implicada de otras personas.^[1] Según esta definición, *científico* refiere al método empírico de investigación. Los términos *pensamientos*, *sentimientos* y *comportamientos* incluyen todas las variables psicológicas que se pueden medir en un ser humano.

Desarrollo Social:

Es una evolución o cambio positivo en las relaciones de individuos, grupos e instituciones en una sociedad. Implica principalmente Desarrollo Económico y Humano. Su proyecto de futuro es el Bienestar social.

Comunicación Social:

Es un campo de estudios interdisciplinarios que investigan la información y la expresión, los medios de difusión masivos y las industrias culturales. Sus conceptos teóricos provienen primordialmente de la sociología, la psicología social y la semiología o semiótica. En el campo de la práctica estos conocimientos se usan en el periodismo, la opinión pública, la publicidad, la mercadotecnia y las relaciones públicas e institucionales.

Semiología:

Es el estudio de los signos, su estructura y la relación entre el significante y el concepto de significado. Los alcances de la semiótica, de la misma manera que su relación con otras ciencias y ramas del conocimiento, son en extremo amplios.

Identidad cultural:

Conjunto de valores, orgullo, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elementos dentro de un grupo social y que actúan para que los individuos que lo forman puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

Desarrollar opinión pública en personas adolescentes-jóvenes influirá en la población de Milagro y permitirá contar con nuevos campos intelectuales que impulsen la identidad socio-cultural orientándolos hacia un progreso colectivo durante el 2011.

2.4.2 Hipótesis particulares

- Difundiendo en los jóvenes milagreños los aspectos socioculturales de la ciudad.
- La creación de medios alternativos, permitirá que los jóvenes milagreños conozcan sus raíces culturales.
- Un acelerado desarrollo urbano, permitirá crear un ambiente de compromiso y respeto de la población hacia la urbe.
- Con el acceso a la nueva tecnología, los jóvenes podrán investigar más sobre los aspectos socioculturales de Milagro.
- Las entidades sociales y culturales deben asumir un compromiso para lograr la difusión de las actividades que desarrollan para la población.

2.4.3 Declaración de variables

Variable Independiente

Permite contar con nuevos campos intelectuales impulsores de identidad socio-cultural y progresistas.

Variable dependiente

Desarrollar opinión pública en personas adolescentes-jóvenes.

2.4.4 Operacionalización de las variables

Cuadro 1. Cuadro de la Operacionalización de las variables.

Definición conceptual	Indicador operacional
<p>Es una actividad vital al estudio y a la reflexión crítica sobre la realidad. Permite relacionar el colectivo de intelectuales agrupados en razón de su proximidad nacional o ideológica.</p> <p>Comprende los fundamentos psicológicos entre grupos categorizando, identificando, comparando y haciendo una distinción psicosocial.</p> <p>Opinión pública es un conjunto de comportamientos que constituyen la expresión de mentalidades y actitudes de colectividades sobre temas de cualquier índole; así las opiniones están ligadas a tradiciones, valores, prejuicios o modas.</p> <p>Elisabeth Noelle-Neumann.</p>	<p><i>Implementación:</i></p> <p>Orientación a los adolescentes-jóvenes para ampliar el área intelectual y sus conocimientos sean más extensos.</p> <p><i>Estrategia:</i></p> <p>Personas que no se encuentren identificadas con alguna representación y las que ya sean parte de estas, posean una relación intelectual fundamentada en el progreso.</p> <p><i>Comunicación:</i></p> <p>La opinión pública permitirá que estos grupos impulsen u originen una identidad que sea parte importante en el desarrollo social.</p> <p><i>Implementación:</i></p> <p>Por medio de los medios comunicacionales alternativos generar opinión pública que promueva el progreso social.</p> <p><i>Estrategia:</i></p> <p>Los medios alternativos son nuevas vías de distribución de contenidos a masas, nos permitirá llegar a las personas.</p> <p><i>Comunicación:</i></p> <p>Una población con capacidades que permita reestructurar las correctas costumbres valores, prejuicios o eventos que existen o puedan originarse.</p>

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

La Comunicación Social y la Opinión Pública que se genera en cualquiera de sus características, alcanza un estudio de investigación profunda en los comportamientos sociales, ya sean estos los que hayan alcanzado un desarrollo acelerado de la población o un retraso del mismo. Si partimos desde las variables planteadas como soporte del desarrollo en nuestra indagación, los procesos de control, organización y direccionamiento de resultados de las encuestas y entrevistas, representan la forma de conseguir desarrollar Opinión Pública a través de medios alternativos como una vía accesible, actual y que busca corregir, renovar y optimizar los conocimientos en los jóvenes de nuestra ciudad.

El grupo objetivo al que estamos dirigidos mantiene una característica masiva y diversificada en las diferentes esferas sociales, nuestra ciudad posee una clara y evidente estructura socio – cultural, la clase alta, clase media y pobre, cada una de estas con las particularidades en sus costumbres y comportamientos. Esta evidente caracterización ha permitido globalizar el criterio de todos los sectores y al mismo tiempo clasificarlo desde una condición de nivel social, al mismo tiempo reconocemos los sectores en los que debemos trabajar en busca de la aplicación práctica del proyecto.

Tenemos claro que el grupo de jóvenes al que estamos dirigiéndonos comprende una cantidad masiva, toda una generación al que buscamos orientar o alinear en una vía de desarrollo acelerado; por ello, indudablemente buscamos estudiar un grupo de jóvenes identificados con cada uno de los sectores sociales a los que pertenecen, al mismo tiempo reducimos costos, aumentamos la calidad del estudio y su exactitud es

determinante en la ratificación de su pluralidad, obteniendo resultados puntuales al mismo tiempo que determinados con los objetivos de nuestro proyecto y la forma de obtenerlos.

Como punto de gran importancia, hemos establecido una constante investigación teórica, respaldada de forma directa con los comportamientos sociales establecidos a lo largo de la historia y los campos en los que interviene nuestro proyecto, partiendo desde la sociología, pasando por la psicología, haciendo remembranza categórica en la Comunicación Social y sin dejar de lado la antropología por la que cada una de las sociedades se diferencian, sustentamos nuestros criterios en los textos y estudios establecidos en cada una de estas áreas, formando una relación entre esos conceptos a través de entrevistas e investigaciones locales y extranjeras con gran valor en el desarrollo adecuado de la sociedad cultural.

En estas condiciones, el proyecto establecido es viable y aplicable en cada uno de los aspectos fijados; el problema es visible en nuestra sociedad, se ha manifestado a lo largo de la historia de la ciudad de Milagro, es notoria en el comportamiento de las personas y se lo ha presentado continuamente en el proceder de las relaciones poblacionales. En este punto, se ha conseguido establecer, elaborar e inclusive prever potenciales efectos en la manifestación de esta nueva particularidad de desarrollo socio – cultural en las personas jóvenes.

La investigación aplicada para la recolección y procesamiento de datos, junto con la obtención de cada uno de los conceptos, teorías y análisis realizados durante la elaboración de nuestra propuesta son las siguientes:

De acuerdo a la finalidad

Teórica – aplicada:

Por poseer gran valor y relación con los autores investigados. Los conceptos establecidos por cada uno de ellos han permitido orientarnos hacia el modelo de desarrollo de una sociedad.

Por el objetivo gnoseológico

Exploratorio explicativo:

Gracias a las teorías y conceptos establecidos a lo largo de la investigación, cada una de estas manifestaciones son de gran importancia para sustentar nuestra propuesta, al mismo tiempo explorar en nuevas áreas que permitir establecer relación directa con el grupo delineado.

Según el contexto

De campo:

Esto por ser un proyecto encaminado y dirigido a personas que son parte directa en las relaciones socio – culturales, los jóvenes como instrumento de cambio de una población, de una sociedad, de un comportamiento.

Según el control de variables

Experimental y no experimental:

A lo largo de la historia, cada uno de los comportamientos sociales masivos que generaron cambios importantes en la armonía, aceptación y exclusión de conductas autoritarias, nos sirven de pauta para iniciar e implementar una conducta en los jóvenes que busquen el desarrollo de la ciudad, estos procesos en sus inicios se manifestaban como un proceso experimental, pues no se concebía el potencial ni su alcance. Pero en la actualidad se manifiesta como una conducta establecida y con resultados reales.

Según la orientación temporal

Histórico:

Por ser un proceso que se ha generado desde los inicios de desarrollo de los pueblos, las ansias por tener mejores condiciones sociales y reflejar a través de la cultura cada uno de los comportamientos de cada una de estos pueblos, por ello se lo establece como históricos, pues son reacciones y movimientos que en la actualidad son necesarios establecerlos para mejorar los niveles de desarrollo en la ciudad, tomando como ejemplos las reacciones de siglos pasados.

El diseño como Cualitativo

Lo establecemos como cualitativo porque no está limitado a resaltar un solo aspecto, mas bien lo consideramos un proceso de calidad masiva.

El trabajo que nosotros como investigadores desempeñamos, está enmarcado en la dirección establecida a cada uno de los comportamientos locales comparados con otros que han tenido mejores resultados de desarrollo, partiendo desde allí, la interpretación y percepción en nuestra labor establece profundizar en cada una de las áreas en las que intervenga un comportamiento socio – cultural para establecerlo en la realidad de nuestra ciudad y buscar mejorar los niveles de representación en los jóvenes. Esta estructura de conocimientos adquiridos durante la investigación permite crear un correcto desarrollo y aplicación de nuestro proyecto.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

Con la previa investigación realizada y presentada en los primeros capítulos, las características de la población a la que estamos dirigiéndonos, comprende un conjunto de jóvenes entre 15 y 17 años en la ciudad de Milagro. Esta aplicación investigativa la empleamos como una forma de llegar a este grupo de personas, quienes no cuentan con una orientación apropiada frente a la realidad social, muchos estudios psicológicos demuestran que durante esta etapa las personas se encuentran en una transición entre sus comportamientos individuales y formas de actuar socialmente; por ello, nos inclinamos por efectuar nuestro trabajo con las siguientes particularidades investigativas.

Milagro constituye si no la ciudad, una de las más importantes en la Provincia del Guayas, tanto por su aporte agrario como industrial, sin dejar de mencionar el educativo y cultural, estos dos últimos puntos como aspectos que la ciudad no los ha sabido aprovechar; jóvenes con diferentes talentos tienen que buscar otras ciudades para desarrollar sus aptitudes. Milagro aparte de poseer estas particularidades, es la segunda Ciudad más poblada de la provincia, con un promedio de 150.000 habitantes. Estableciendo como punto de partida el número de jóvenes entre 15 y 17 años que son el grupo a establecer nuestro proyecto, determinando así la diversidad de criterios que implican la representación a través de juicios de inclusión como de exclusión.

Estos jóvenes responden al principio básico de un porcentaje fusionado de sectores de la ciudad, investigaciones en adolescentes que viven en zonas rurales como urbanas, manifiestan razonamientos que no se diferencian de forma proporcional, esto establece que los diferentes métodos a utilizar para la ejecución del proyecto son adaptables de forma general.

Investigación explicativa

Con la combinación de métodos como el analítico, que nos permite de una forma ordenada y estructurada sintetizar los diferentes cambios sociales que se han generado a lo largo de la historia y el método sintético, que comprende las diferentes etapas de hechos, en nuestro caso los cambios sociales y la opinión pública generada en la ciudadanía, conseguimos ordenar y canalizar elementos coherentes y destinados a solucionar los cambios negativos que hasta el momento se originaron en el comportamiento socio – cultural de los jóvenes milagreños. De esta forma alcanzaremos representar primero los principios y efectos de una determinada conducta en nuestro grupo de investigación y así acercarnos al problema que se atraviesa actualmente, de esta manera, los métodos que utilicemos serán mucho más acertados y apropiados para resolver o mejorar los niveles culturales en los jóvenes de 15 a 17 años.

Al ser un problema social, necesariamente existe un vacío real que no permite el mejoramiento individual de los jóvenes y por consiguiente de la población. Es de gran importancia desarrollar una cultura que permita desarrollarnos como personas, al mismo tiempo estaríamos formando una identidad o identificación que tanto nos ha faltado desplegar, al conseguirlo, formaríamos un aumento de interacciones que mejorarían los niveles investigativos, culturales y sociales.

Investigación de campo

Realizado el proceso de estudio en la ciudadanía milagreña, de forma específica con los jóvenes de 15, 16 y 17 años, ya que son estos los actores directos de nuestra propuesta y por estar inmersos en el fenómeno que proyectamos mejorar, buscamos encontrar el hecho en su forma natural, de esta manera corregir la situación actual de manera efectiva para reflejar un proceso de eficacia masiva.

Al ser necesario analizar la información obtenida del fenómeno mismo que actualmente se manifiesta en los jóvenes milagreños, para conseguir desarrollar una correcta opinión pública en este grupo, necesariamente acudiremos a puntos donde el grupo de la

investigación nos ayudarán a reconocer y canalizar la mejor forma de proyectar nuestra propuesta, para ello utilizaremos las distintas técnicas y métodos que nos originen los resultados.

Investigación experimental

Utilizamos esta parte de la investigación porque de una u otra forma, el proceso enmarcado para el cambio que se plantea obtener en los jóvenes, es un proceso de experimentación en el comportamiento de este grupo de personas, es una prueba el poder conseguir un cambio; la diferencia radica en que no se corre el peligro de saber si constituirá un verdadero cambio, pues como ya lo hemos explicado, existen muchos comportamientos sociales que se han establecido o implementado, es decir, si tomamos como ejemplo referencial todos estos hechos de una forma correcta y organizada, conseguiremos tener efectos favorables basándonos en el análisis de los datos.

Tanto los factores sociales, culturales como psicológicos que inciden en los jóvenes y que se han reflejado en las encuestas realizadas, mantienen un estudio libre y directo bajo mecanismos de conocimientos que ayudan a ejercer un tratamiento de la información, permitiéndonos canalizar nuestra propuesta en los principales implicados, los jóvenes y el objetivo de mejorar los niveles socio – culturales.

Investigación Transversal

El tiempo utilizado para una investigación es establecida por cortos, medianos y largos plazos, constituyéndose la nuestra en una implementación específica, es decir, de corto plazo, recordemos que al hablar de mediano y largo plazo se establece desde un año en adelante. En este lapso, se logra medir y caracterizar el problema que afecta a los jóvenes, estableciendo relaciones del entorno, conducta y necesidades por conseguir y desarrollar un proceso de mejoramiento colectivo, al mismo tiempo las variables establecidas durante el proceso de investigación, son la base de lo que deseamos estructurar y que fueron estudiadas durante el proceso de indagación, para ello las diferentes fuentes utilizadas para respaldar estos procesos consistieron en libros, revistas, entrevistas televisivas y el Internet. Expertos en el tema como sociólogos, sicólogos y personas relacionadas con la cultura respaldaron la documentación que se ha ido estableciendo a lo largo de la investigación.

3.2.2 Delimitación de la población

El proceso de mejoramiento intelectual en la ciudad de Milagro se ha visto mermado por iniciativas que permitan desarrollar talentos individuales con proyecciones generales. La importancia que tienen los jóvenes y su participación en el desarrollo social es de gran importancia para fomentar la cultura, adecuados hábitos y abrir campos de progreso colectivo, es importante el punto de vista que se desarrolle en ellos y con la ayuda de una adecuada dirección que permita el avance investigativo, permitirán tener nuevas corrientes de mejoramiento.

A partir de allí, la población a la que nos dirigimos la caracterizamos por ser finita y no probabilística, pues establecemos un determinado grupo de personas con las que se trabajaría constantemente. Jóvenes entre 15 y 17 años.

3.2.3 Tipo de muestra

Desde un inicio, la investigación estuvo planteada con el propósito de mejorar los niveles socio – culturales en jóvenes; para conseguirlo, teníamos claro que la responsabilidad de buscar técnicas apropiadas que reflejen acertadamente el problema en este grupo de personas era una de las principales tareas, al mismo tiempo, conseguir relacionar y generalizar los resultados de la muestra aplicada en estos jóvenes pertenecientes a la ciudad de Milagro, no podían ser menos significativos. Por ello establecer este proceso como muestra probabilística consideramos que es la mejor opción para la recolección de datos, pues todos los jóvenes que intervienen en este proceso cuentan con la misma posibilidad de ser elegidos, pero para no convertir la muestra en un conglomerado de razonamientos, lo aplicamos de forma estratificada y por fracciones.

Los jóvenes entre 15 y 17 años, están ubicados como parte representativa de la totalidad de la población, pues son ellos a los que nos estamos dirigiendo directamente, la muestra representa a "quienes", es decir, a este grupo de personas que son el objeto y sujetos directos de nuestra investigación y proyecto.

Relacionado a ellos, la información nos permitió determinar las unidades, transformándose en un conjunto de criterios. Dependiendo la ubicación, sector y niveles sociales, partimos desde una perspectiva individual que se convirtió en un espacio generalizado. Establecida esta estructuración de los elementos en su totalidad como conjunto, se formaron una serie de especificaciones instauradas y originadas desde el punto de una misma naturaleza reflejada en la muestra, son estas respuestas las que se pretendieron desde un principio encontrarlas y se formaron gracias a la representación manifestada desde la población de jóvenes detallada a continuación.

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

Total: 143.103 habitantes

Jóvenes entre 15 a 17 años: 8,60%

Jóvenes: 12.212 jóvenes

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

E= Error máximo admisible que lo determina el investigador. Se calcula en porcentajes y luego se divide para cien.

Formulario estructurado en forma de preguntas/respuestas que contiene el conjunto de instrumentos de medida.

$$12.212 = \frac{500}{(0.25)^2 (499) + 1}$$

Por su nivel de abstracción Por su posición en la relación de asociación entre ellas. Por el tipo de información que recogen. Por su naturaleza. Por la naturaleza de las escalas que miden sus valores para receptor una información.

$$12.212 = \frac{500}{0,0625 (499) + 1}$$

Probabilidad: Verosimilitud o fundada apariencia de verdad. En un proceso aleatorio, razón entre el número de casos favorables y el número de casos posibles.

$$12.212: \frac{500}{32.1875}$$

Margen de error: \Rightarrow **15, 53398**

Total de encuestas: \Rightarrow **500 personas**

La circunstancia de estudiar a un menor grupo de personas, responde a que ciertamente se reducen costos, pero no deja de aumentar la calidad del estudio; de esta manera determinamos y confirmamos la exactitud sin descomponer su totalidad, los resultados reflejan la cantidad global de la población joven entre 15 y 17 años de la ciudad de Milagro.

3.2.4 Tamaño de la muestra

La población conformada por la muestra, se mantuvo en el estudio aplicable de instrumentos para la recolección, evaluación y comparación de datos.

Estos datos son generalizados, evidenciando un escaso compromiso cultural que los jóvenes de la ciudad milagreña experimentan. El estudio se realizó a un número específico, quienes nos colaboraron con información oportuna para luego poder sistematizar aquellos datos y mostrar el modelo fijado obtenido después de la confirmación a través de los métodos estadísticos y comparativos fundados en la probabilidad, de tal manera que los jóvenes aquí representados los consideramos como el conjunto de individuos estudiados y que irreversiblemente representan el colectivo, simbolizado y equilibrado el grupo que reúne las características efectuadas de forma teórica en nuestra investigación.

3.2.5 Proceso de selección

Durante este proceso, la selección del grupo de jóvenes y expertos que hemos presentado para respaldar nuestra investigación, los diferentes argumentos los hemos dividido en dos grupos; cada una de estas áreas con la directa intervención de criterios que nos permita consolidar las bases de la información.

Según la muestra probabilística la hemos establecido para los encuestados, es decir, el grupo al que nos dirigimos, los jóvenes entre 15 y 17 años.

El segundo grupo representado por la muestra no probabilística; aquí intervienen las entrevistas a profesionales de quienes nos valemos como referencias científicas y técnicas en temas relacionados con nuestro proyecto.

El primer grupo, el conjunto objetivo de jóvenes pertenecen a la selección de información y criterios, estos los canalizamos a través de los siguientes métodos.

Tómbolas

Números randómicos o aleatorios

Selección sistemática de elementos muestrales

Nuestro segundo grupo se caracteriza por formarse desde el punto de vista no probabilístico, esto porque sus procedimientos son los más adecuados y acertados para la interpretación de análisis producidos durante las entrevistas. Entre las técnicas utilizadas para la selección y conformación de entrevistas, elaboramos las siguientes técnicas.

Muestra de sujetos voluntarios

Muestra de expertos

Los sujetos tipos

MUESTRA GENERAL DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS

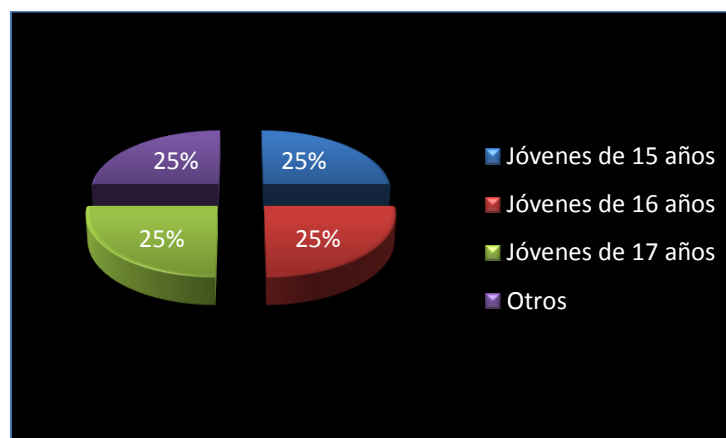


Figura 1. Número de personas encuestadas.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

En este punto, el transcurso de la investigación se ha señalado de manera sistemática, promovida con importantes referencias relacionadas directamente con los jóvenes de la ciudad de Milagro que poca orientación han reflejado en la intención de mejorar los campos socio – culturales en la urbe, mucho menos utilizar los medios alternativos actuales de uso general para rectificar los comportamientos en jóvenes de 15 a 17 años y buscar el desarrollo general de la sociedad.

Método

Nuestra investigación se basa en un diseño que busca satisfactoriamente procesar las actividades de las que nos hemos valido para la recolección y análisis de resultados de la información conseguida de los jóvenes y profesionales en las diferentes ciencias que se relacionan con nuestro proyecto.

Los métodos utilizados para el desempeño y desarrollo de la investigación son la teórica y empírica.

El primer modelo responde a la necesidad de procesar la información que a lo largo de la investigación hemos podido elaborar, la misma que a través de procedimientos de indagación ha sido recolectada. Entre las más utilizadas y a las que hemos recurrido se encuentran en el modelo empírico que a continuación detallamos.

Histórico – lógico

Porque utilizamos variada información de reseñas históricas existentes que marcaron un cambio en la historia; estos cambios se los especificamos de forma ordenada y estructurada, como una representación continua, partiendo desde los inicios, su desarrollo, hasta sus alcances o efectos.

Inductivo – deductivo

La gran variedad de información conseguida nos llevó a plantear interrogantes y buscar sus respuestas, tener una idea clara de lo que significa la Opinión Pública junto con los efectos que los provoca, de tal forma que creamos particularidades en cada una de esas áreas, las mismas que nos permitieron teorizar los elementos interrelacionados en este proyecto.

Hipotético – deductivo

Posibles medidas originadas dieron lugar a la investigación de información que apruebe nuestros conceptos, eso nos llevó a indagar en cada uno de los elementos divididos previamente, demostrando la confirmación de los planteamientos expuestos.

Relacionados con estos modelos y procesos investigativos, se mantiene relación concreta con las representaciones planteadas, pero para la obtención de información

suficiente que respalde nuestra propuesta, utilizamos procedimientos empíricos fundamentales como:

La Observación:

Si para originar conceptos teóricos se emplearon herramientas como la de analizar información, fue de gran importancia la observación directa e indirecta que hemos logrado procesar a lo largo de esta recolección de datos; observación que estuvo relacionada durante el plan de elaboración de percepciones locales, juicios que se han desarrollado a lo largo de la historia de la ciudad de Milagro y lo que en eso ha derivado. La situación social.

Experimentación:

En la ciudad de Milagro aún no se ha experimentado un cambio estructural, sistemático, ordenado y dirigido; el proyecto planteado está dirigido a eso, a orientar, valiéndose de información recolectada que sirve de fundamento, pues en lugares donde se lo a aplicado a resultado beneficioso para el desarrollo de las sociedades, para su aplicación.

Técnica

Como una forma complementaria de fundamentar de manera precisa nuestra propuesta, utilizamos la técnica para la investigación, llamada así por permitirnos ordenar, orientar, aportar y recolectar la información necesaria, esta técnica cuenta con diferentes sistemas en su aplicación, a continuación las detallamos.

La encuesta

La entrevista

Muestreo

El criterio de expertos

Instrumentos:

Para lograr la aplicación de cada una de estas técnicas, la utilización de varios instrumentos de recopilación de referencias confiables fueron necesarios, estos elementos son la fuente básica de información que precisamos en diferentes puntos de la

investigación, convirtiéndose así en el soporte técnico e inmediato de la recolección de información. A continuación los señalamos.

Cuestionarios

Observaciones

Grabadora

Cámara fotográfica

Durante el desarrollo de los diferentes métodos y técnicas, todas estas herramientas fueron de gran importancia al desempeño general en el área empírica como teórica, permitiendo establecerlos de forma clara y ordenada en cada uno de los capítulos del proyecto.

3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Como característica principal en la distribución de la variedad de información que se ha conseguido elaborar, junto con la importante búsqueda de elementos teóricos reflejados a través de la bibliografía, se ha decidido separar e identificar a la población y expertos en diferentes estándares de medición; los mismos que se convierten en gran ayuda y de fácil comprensión en el momento de individualizar los datos estadísticamente, así conseguimos de manera clara y específica, presentar la diversidad de estándares reflejados en la información teórica y empírica.

La fórmula utilizada en nuestro trabajo se fundamenta como población finita. Las partes representan al todo; una muestra, por lo tanto refleja el total, de esta manera los resultados aplicables en la investigación es adaptable a toda su extensión. A continuación las particularidades del modelo estructural utilizado.

Durante la aplicación de las entrevistas, tanto las preguntas como respuestas fueron divididas de acuerdo a los conocimientos del experto escogido para la fundamentación profesional del proyecto.

Se escogieron cinco profesionales, un psicólogo, sociólogo, periodista, y un político.

Todos ellos con un cuestionario de 10 preguntas cada uno; solo el psicólogo y sociólogo respondieron a un solo formato de preguntas, esto porque consideramos que la relación que se manejan en el momento de dirigir una propuesta a jóvenes entre 15 a 17 años, mantiene un criterio que va alineado a conductas que estos dos expertos las pueden interpretar de manera similar o diferencial, formando nuevos conceptos que nos permiten reconocer y resolver dudas en el momento de poner en práctica nuestro proyecto.

Los demás entrevistados nos permitieron examinar áreas que se relacionan con las características del proyecto, permitiéndonos obtener mayor espacio de conocimientos en áreas relacionadas a los fenómenos de nuestro proyecto.

La otra estructura establecida es la que va dirigida a la información que nos proveen las encuestas, En nuestro trabajo de investigación, nos planteamos este tipo de técnica, pues arrojaría una muestra con parámetros de medición de información que nos permite reconocer comportamientos, conductas y demás fenómenos que involucran directamente al grupo al que estamos dirigiéndonos en el proyecto.

La población finita de la que nos valimos para determinar la totalidad de la población entre estas edades, corresponden a la población que habita en la ciudad de Milagro, la misma que nos permitió encaminar nuestra propuesta a resolver el problema existente en estos jóvenes, los indicadores que arrojaron las encuestas se relacionaron con La Operacionalización de variables, estas las analizamos estadísticamente cada una y así establecimos en base al proceso fiel de los resultados de la hipótesis, cambios en todo el proceso de investigación, buscando resolver la necesidad que aqueja a este grupo de personas en la Ciudad.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

Luego de habernos manejado por un estudio de investigación para el proyecto, obtenemos como base del resultado de las encuestas realizadas, el resultado a las diez interrogantes planteadas. Elaboradas las indagaciones respectivas a los jóvenes entre 15 y 17 años, junto con otro grupo de personas simbolizadas como otros, porque pertenecen a distintas edades, graficamos los resultados de la siguiente forma:

Se realizaron 500 encuestas, divididas para cada grupo de individuos, con 10 preguntas cerradas, pero con la opción en cada una de ellas de proyectar opciones personales.

1) **¿Cómo considera usted el comportamiento que tienen las personas hacia la ciudad?**

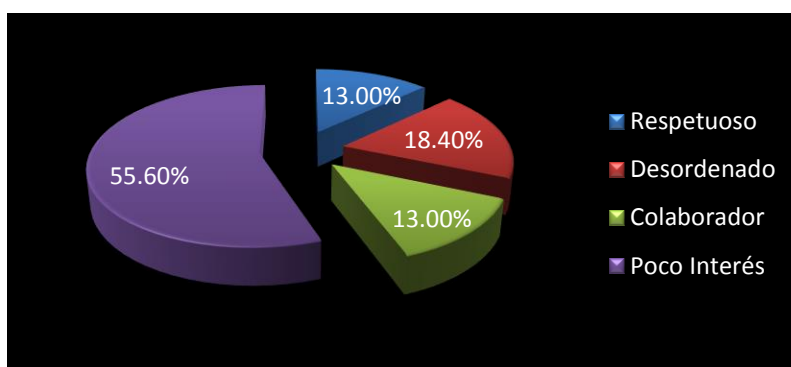


Figura 2. Respuestas de la primera pregunta.

Respetuoso	(65)	Desordenado	(92)
Poco interés	(278)	Colaborador	(65)

Con los 500 encuestados, se reconoce el comportamiento de ciudadanos; el resultado es desalentador. 65 Personas equivale al 13,00%, opinan que es RESPETUOSO; 92 personas equivalen al 18,40% decidieron que es DESORDENADO; 278 personas con el 55,60% tiene POCO INTERÉS; en una minoría de 65 personas que equivalen al 13,00% dijeron que los ciudadanos son COLABORADORES.

2) **¿Considera que los jóvenes participan activamente en el desarrollo sociocultural de la ciudad?**

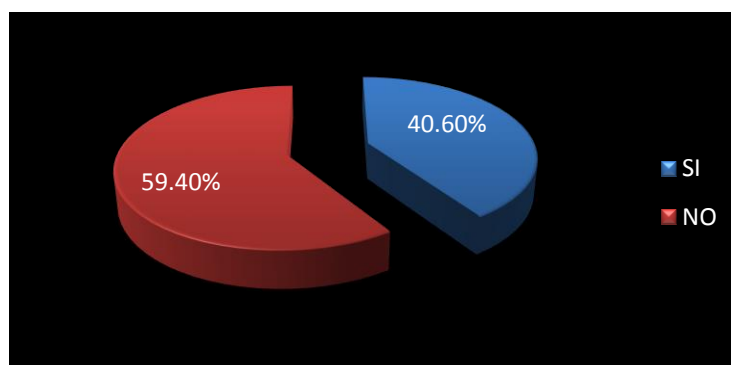


Figura 3. Respuestas de la segunda pregunta.

Si	(203)	No	(297)
----	-------	----	-------

Es necesario saber que dentro de la ciudad, las personas notan que los jóvenes no participan de estas actividades; por lo mismo tenemos el resultado de SI de 203 personas siendo el porcentaje de 40,60% y de NO con 297 personas y el porcentaje de 59,40%.

3) ¿Las instituciones sociocultural milagreñas difunden sus actividades a la población?

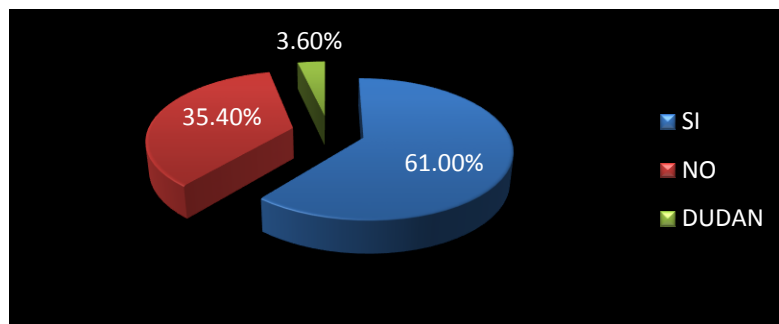


Figura 4. Respuestas de la tercera pregunta.

Si (305)

No (177)

Dudan (18)

Dentro de este resultado, se obtiene con el SI a 305 personas que equivale al 61,00%; el NO con 177 personas representa el 35,40% y el 3,60% con un total de 18 jóvenes, DUDAN que todas las actividades sean difundidas.

4) ¿Cómo considera que ha sido el desarrollo sociocultural de las personas en la ciudad de Milagro?

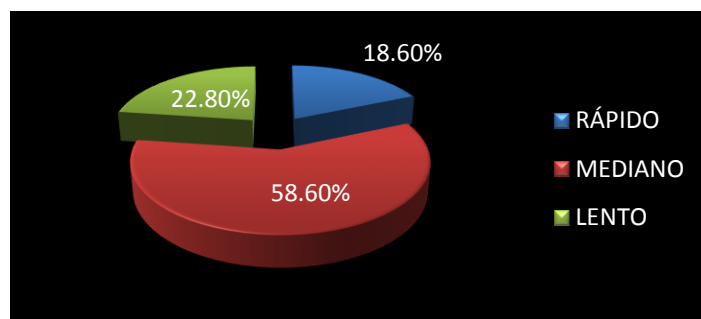


Figura 5. Respuestas de la cuarta pregunta.

Rápido (93)

Mediano (293)

Lento (114)

Tenemos como resultado que a la ciudad aun le falta por crecer en este ámbito; Se obtuvo en la opción RÁPIDO a 93 personas que es el 18,60%, MEDIANO que equivale a 293 ciudadanos que representan un 58,60 % y LENTO de 114 encuestados que se relaciona al 22,80%.

5) ¿Usted conoce un líder juvenil que promueva este tipo de actividades a favor de Milagro? Sí, ¿Quién?

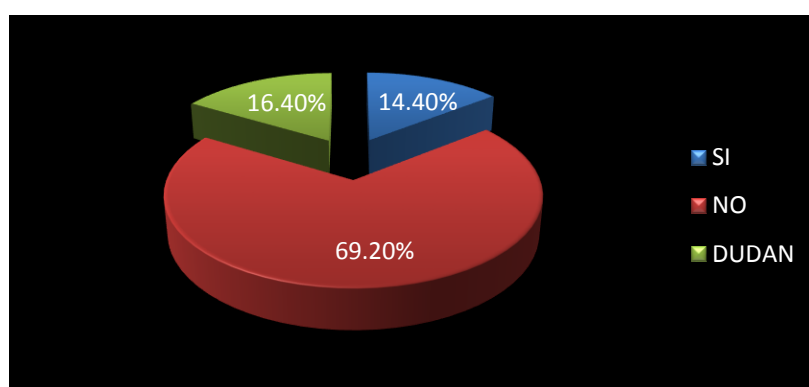


Figura 6. Respuestas de la quinta pregunta.

Si (72)

No (346)

Dudan (82)

Barajando distintos nombres pero no uno en específico dijeron SI 72 personas que equivale al 14,40%, teniendo como mayoría la interrogante de este líder por descubrir obtuvimos NO de 346 habitantes que es el 69,20% y DUDAN de este tema 82 ciudadanos equivalentes al 16,40%.

6) ¿El Municipio local tiene participación en el desarrollo sociocultural de la ciudad?

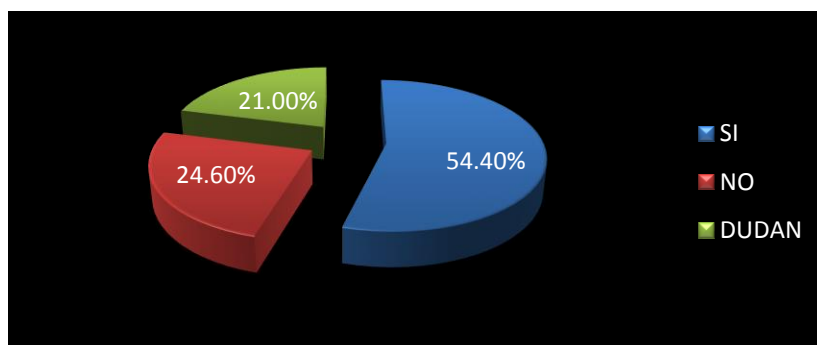


Figura 7. Respuestas de la sexta pregunta.

Si (272)

No (123)

Dudan (105)

Con diferencia entre el SI y NO, obtenemos los siguientes resultados; Si de 272 personas con el 54,40% y No con 123 personas y el 24,60%, además 105 personas que dudan que son el 21,00%.

7) ¿Qué instituciones públicas y privadas trabajan por la difusión de actividades socioculturales en la ciudad de Milagro?

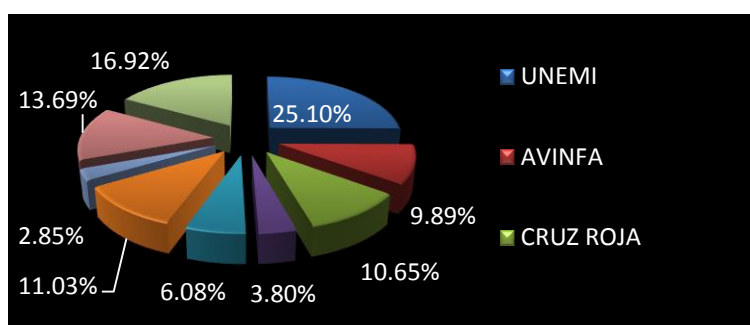


Figura 8. Respuestas de la séptima pregunta.

UNEMI (132)

AVINNFA (52)

Cruz Roja (56)

Cámara de Comercio (20)

Iglesia Católica (32)

Bomberos (58)

Jefatura Política (15)

Patronato Municipal (72)

Grupos Culturales (89)

Se obtuvieron los siguientes resultados, UNEMI con 132 personas es el 25,10%; AVINNFA 52 es el 9,89%; CRUZ ROJA con 56 ciudadanos y 10,65%; CÁMARA DE COMERCIO cuenta con 20 a su favor es el 3,80%; IGLESIA CATÓLICA con 32 personas y un 6,08%; los BOMBEROS 58 ciudadanos y el 11,03%; la JEFATURA POLÍTICA con 15 habitantes es un 2,85%; el PATRONATO MUNICIPAL con 72 representa el 13,69%; y GRUPOS CULTURALES con 89 personas es el 16,92%.

8) ¿Considera que el nivel sociocultural en la ciudad ha estado mal direccionado?

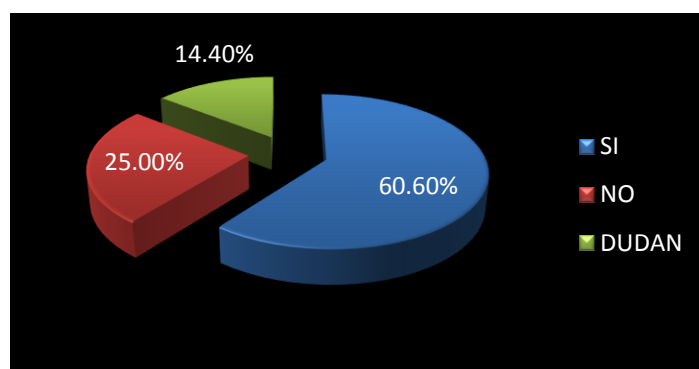


Figura 9. Respuestas de la octava pregunta.

Si (303)

No (125)

Dudan (72)

Sin duda alguna, los resultados simbolizan realización de proyectos inmediatos. Se obtuvo con el SI a 303 personas, es el 60,60%; el NO con 125 personas representa el 25,00% y DUDAN 72 personas que son el 14.40%.

9) ¿Participaría activamente usted en una campaña que permita el rescate de valores socioculturales de Milagro?

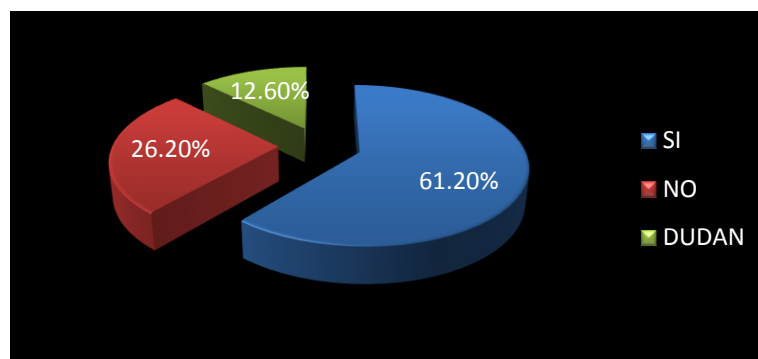


Figura 10. Resultados de la novena pregunta.

Si (306)

No (131)

Dudan (63)

Demostrando cambios positivos para la ciudad en general, podemos notar gran diferencia entre los resultados que están de acuerdo con los cambios que se desea implementar en nuestra comunidad. Se obtuvieron con el SI a 306 personas que estarían de acuerdo con la campaña de rescate para valores que equivale al 61,20%; con el NO a 131 personas con 26,20% y DUDAN de este tema 63 personas que son el 12,60%.

10) ¿Por qué medio de comunicación le gustaría a usted sobre las actividades socioculturales en Milagro?

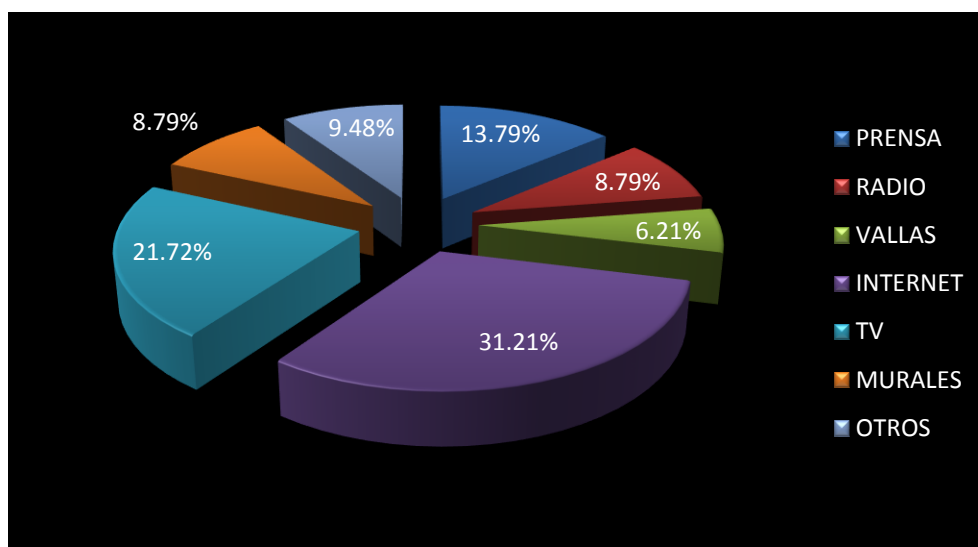


Figura 11. Resultados de la décima pregunta.

Prensa	(80)	Tv	(126)
Radio	(51)	Murales	(51)
Vallas	(36)	Otros	(55)
Internet	(181)		

Es lo más importante en la aplicación final de herramientas y su alcance en los jóvenes. Se obtuvo mayor resultado en el uso del INTERNET escogido por 181 personas que equivale al 31,21%; la TELEVISIÓN tiene a 126 ciudadanos con el 21,72%; la PRENSA ESCRITA tiene a 80 habitantes con el 13,79%; la RADIO con 51 personas es el 8,79%; los MURALES con 51 personas son el 8,79%; las VALLAS con 36 encuestados representa el 6, 21%; la opción de OTROS con 55 personas equivale al 9,48%.

4.2 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Durante la investigación de información para validar teórica y profesionalmente la ejecución y propuesta planteada, hemos recurrido a la utilización de la entrevista directa, información que respalda los procedimientos determinados.

Desarrollar y Orientar correctamente a los jóvenes para direccionarlos en una vía de progreso social, es un planteamiento general que se puede conseguir, afirman cada uno de los profesionales entrevistados, quienes por su labor, reconocen los aspectos que intervienen en la formación de jóvenes.

Gracias a su experiencia, nos hacen un análisis de las necesidades, tendencias y factores a tomar en cuenta en todas las áreas al momento de poner en práctica esta iniciativa.

Las entrevistas empezaban con un ánimo inquietante por preguntar y responder. Una pequeña introducción al tema que nos referimos era el adecuado para manejar los conceptos correctamente. ¿El problema? “es muy serio” “el comportamiento de jóvenes es distorsionado” “yo diría que es despreocupación por el desarrollo de la cultura”, afirmaron tanto la Periodista Nila Velásquez, la Psicóloga Amelia Viera, El Sociólogo Víctor Maridueña y el Licenciado Antonio Muñiz. ¿Las causas? “no hay eventos culturales que al joven especialmente le atraiga” “es la situación social mal direccionada” “se posee menos lenguaje para expresarse”, indicaban, y es que el proceso de mejoramiento social está ligado a “la actualización de conocimientos” “conocer su ciudad” “crear una conciencia localista” “el desarrollo individual”, entre otros aspectos importantes que solo pueden ser manejados a través de “la base, la educación”.

La educación, es el área donde se comprenden muchos agentes internos como externos, individuales como generales; es donde interviene una de las ramas de la formación importante y significativa en el mejoramiento y avance de masas, la Comunicación Social, el Periodismo.

En términos generales “se hace todo lo posible por cumplir”, en representaciones locales “Los medios de comunicación son eminentemente comerciales, no son culturales”, es la valoración que se ha manejado durante mucho tiempo, quizás desde sus inicios. El descuido en cada una de sus partes y sus alcances han sido irresponsables, aún sabiendo que los medios deben “dar elementos que ayuden a formar propios criterios” “formar sociedades” “canalizar el desarrollo en la juventud”.

Eh aquí la importancia de fomentar proyectos que involucren la correcta utilización de estas herramientas tradicionales como alternativas, variedad que son de gran aceptación en los adolescentes y por su interés genera que el joven “aprenda, se motive” “y permita satisfacer lo que necesite”. Es aquí donde interviene la correcta orientación y aplicación de iniciativas que desarrollen en los adolescentes “otras alternativas de formación, de otros aspectos” “capacidad de tomar decisiones que enriquezcan su vida personal y comunitaria” “que tengan un conocimiento de la realidad que está ocurriendo en esa colectividad” “posean una visión crítica amplia del país y el mundo” “Indudablemente que nuestros jóvenes cambiarían la sociedad”, pero esto se lo consigue ampliando y desarrollando los talentos individuales utilizando cada uno de los mecanismos que como periodistas poseemos “entretenimiento a nivel cultural” “clubes de periodismo” “a través de eventos” “a través de programas” “una Escuela de Bellas Artes” “los blocks, el internet” “la pintura, la música, murales, espacios de la opinión de los lectores” y así también la disposición institucional por conseguir estos cambios para rescatar la identidad localista que existía en los años cincuenta y sesenta, porque “Todos debemos trabajar de forma sistemática” para que las iniciativas surjan efecto, “solo entonces si se puede hablar de un desarrollo para que los jóvenes tengan otro pensar”.

Finalizaban las entrevistas con nuevas inquietudes de las dos partes, el tema se iba expandiendo, alcanzaba niveles económicos, políticos, migratorios, tendencias que surgen y otras que se actualizan.

“Si... se lo podría conseguir”, finalizaban.

Al igual que en otras ciudades, Milagro cuenta con recursos humanos importantes y destacados en diferentes áreas profesionales, pero es importante el trabajo constante para desarrollar aún más esos recursos humanos que le hacen bien a las sociedades en su búsqueda, afianzamiento y reconocimiento de sus pueblos y su gente.

El contar con la información por parte de todos los profesionales, permitió constatar la necesidad de promover el área cultural en los jóvenes entre 15 y 17 años. Son muchos los causantes que intervienen en estas edades, por ello, una correcta orientación permitiría crear nuevamente una identidad en la sociedad milagreña. Para hacer una analogía de los resultados y el planteamiento, utilizamos preguntas claves como nexos entre las dos partes para reflejar en esta propuesta la necesidad cultural que debe ser

abordada por naturaleza por los periodistas, pues es una de sus tareas. Culturizar a la población.

¿Cuál es el papel de los medios en la sociedad?

¿La ciudad de Milagro ha direccionado correctamente la cultura?

¿Un correcto uso de los medios de comunicación permite orientar?

¿Milagro cómo reaccionaría a una propuesta de desarrollo cultural?

Después del análisis y consecución de estas preguntas, logramos percatarnos de la pérdida de una identidad social en la ciudad de Milagro, fenómeno reflejado en su gente, en los jóvenes con la necesidad de un espacio donde se respete sus propuestas y sobre todo, que se las direccionen correctamente para que ese potencial sea aprovechado en la búsqueda de nuevos campos de caracterización poblacional.

El manejo inapropiado de los actuales medios de comunicación no se han fijado o no quieren fijarse del potencial humanístico que tiene la ciudad; una correcta utilización de estos medios, junto con el uso de otros poco explorados, ayudarían a conseguir procesos orientadores de cultura en adolescentes.

Los jóvenes tienen mucho tiempo libre, los jóvenes crean expectativas sociales, los jóvenes se plantean retos sociales; si se guía en esa línea de mejoramiento intelectual, se pueden conseguir los objetivos planteados, creando recursos humanos valiosos en la sociedad.

Según los análisis de profesionales y especialistas, es de gran importancia trabajar en este grupo de personas porque “se empieza a definir la personalidad y si en este momento no se le brinda la ayuda apropiada; ¿qué pasará con estos jóvenes?”, menciona la Psicóloga Viera. Mientras que el Licenciado Antonio Muñoz Plúas lo establece como un factor de “total desconocimiento en el aspecto ideológico”, de contrarrestar esta situación, se evidenciaría el aporte de jóvenes en el rescate de valores y desarrollo investigativo. Estos fenómenos sociales han dado lugar a “la ausencia de valores en las generaciones actuales”, indica el Sociólogo Víctor Maridueña, quien afirma que la sociedad ha perdido su caracterización “ese sentimiento ha desaparecido, no existe ahora”, resalta.

El rol que deben asumir los medios de comunicación es importante en el proceso de erradicar esos niveles de desinterés cultural en los jóvenes “el comunicador social el que está previniendo”, explica la Psicóloga Viera. Para la Periodista Nila Velásquez el ejercicio periodístico tiene que “reflejar en su comunidad aquello que presentan en su información, eso puede ayudar a que la gente descubra el valor de lo propio”, concluye.

4.3 RESULTADOS

Luego de esquematizar cada una de las preguntas y respuestas, se obtuvo un análisis general donde se identifica la proporción de las dos variables en los jóvenes a quienes vamos dirigidos, determinando lo siguiente:

Los habitantes de la ciudad de Milagro han dado poco interés al desarrollo cultural y la aplicación de estrategias que resalten este campo, los jóvenes se encuentran desorientados por esta falta de iniciativa y compromiso.

Los jóvenes no poseen una identidad y es indispensable originar ese amor por la ciudad a través de las diferentes representaciones artísticas que puedan generar.

El proceso de información por parte de las instituciones debe ser más directo, donde involucre a los distintos potenciales artísticos.

El desarrollo sociocultural de la ciudad ha permanecido en un estado de sosiego, evidenciando una falta de compromiso en cada uno de los habitantes de la ciudad.

La falta de líderes o personas que promuevan iniciativas culturales hace que el desinterés por parte de los jóvenes sea poco o nada, perdiendo el tiempo en actividades que no promueven una identidad localista y desarrollo de sus potencialidades.

Existen dudas de la aplicación de trabajos o actividades que permitan culturizar a los jóvenes, en su mayoría está dirigido a los niños.

La Universidad Estatal de Milagro es una de las más representativas en la promulgación de actividades culturales.

Muchos de los encuestados no cuentan con la información adecuada de instituciones que promueven actividades culturales, generando desorientación personal.

La Opinión Pública, en su concepto más amplio permite tener un criterio conglomerado de resoluciones generadas en la sociedad y ese criterio reflejó que los niveles socioculturales en Milagro han estado mal direccionados, esto se refleja en la conducta de las personas frente a aspectos de desarrollo general.

Los jóvenes por naturaleza buscan tener desafíos y permanecen en un estado de reconocimiento de identidad social, la representación que se ha producido en ellos no ha permitido progresar en el desarrollo social de la ciudad.

La utilización del internet y sus herramientas, es un medio importante para llegar a los jóvenes, de ser correctamente utilizados y explotados, se conseguirá involucrarlos a ser parte de un proceso de recuperación de identidad y desarrollo intelectual. No se descarta el manejo de otros medios de gran aceptación en los jóvenes.

Una vez establecidos cada uno de los resultados que encontramos como consecuencias de las encuestas, los planteamientos en torno a necesidades es evidente. La ciudad de Milagro ha perdido su identificación social, los jóvenes no aportan de manera clara y significativa a resolver este problema, las instituciones no mantienen un total compromiso con desarrollar o fomentar iniciativas y muchas de las personas en cargos importantes temen a formar líderes, la falta de ellos o personas que se desempeñen de manera organizada en la labor cultural, investigativa, social y demás factores que intervienen en el desarrollo colectivo, hace que no exista un reconocimiento a soluciones o planteamientos que mejoren estas situaciones.

Si a los jóvenes se los orienta y encamina en un modelo de desarrollo personal, el análisis que se genera influirá en forma colectiva, esto se lo puede conseguir con el reconocimiento de las causas y efectos de alternativas sociales, al mismo tiempo mantener a los jóvenes en un constante proceso de información mantendrá actualizados a este grupo de personas, desarrollando en ellos capacidades investigativas y científicas para conseguir un avance social y cultural.

El progreso se lo simboliza con una identidad, un reconocimiento, los adolescentes son las personas idóneas para emprender este proceso, al desarrollar diferentes áreas intelectuales y artísticas se origina una identidad y si este paralelismo se lo genera con reseñas locales, influye para que el progreso colectivo permita a la población de Milagro mejorar el área sociocultural.

Los medios alternativos que se han desarrollado son adecuados, pues son los más utilizados por los jóvenes, lo importante está en aplicarlo como una herramienta para nosotros y no como una necesidad, acción que la mayoría de jóvenes tiene frente a la tecnología.

La colaboración de entidades sociales es importante, para de una forma general llegar a los jóvenes y rescatar los valores científicos, investigativos, artísticos, sociales y sobre todo humanos que posee la ciudad.

Los resultados se los interpretó como la falta de orientación adecuada en jóvenes y su poco aporte hacia el campo de la cultura, de esta manera nos resulta una herramienta importante para analizar la relación e interacción que ha experimentado este grupo de personas, separando primero la identificación y características actuales arrojadas en las encuestas, de esta forma crear la solución en la aplicación del proyecto y en su proceso de demostrar que la investigación permitió llegar a las causas previamente establecidas en los objetivos, variables e hipótesis.

Durante este proceso, la revisión de las diferentes teorías planteadas en libros, revistas junto con el criterio de profesionales personalmente entrevistados, conformamos un marco que explique de forma clara la verificación simbólica de nuestro proyecto.

Partimos de un planteamiento general, desarrollar Opinión Pública en adolescentes-jóvenes permitirá desarrollar los diferentes campos intelectuales y culturales que impulsen el reconocimiento de identidad y progreso colectivo en la ciudad de Milagro.

Si bien es cierto, la Opinión Pública se la resumiría como el sentir de una población, es partiendo de este conjunto de situaciones que ocurren en la sociedad y precisamente en los jóvenes, las que buscamos mejorar, pues la poca orientación, temor, duda e inseguridad hace que se desarrollen en este grupo de personas un sentimiento poco analítico de la situación personal y social. Incentivándolos a desarrollar áreas como las culturales, permite que el progreso de la ciudad tenga un reconocimiento y rescate de identidad colectiva.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

A continuación detallamos los procesos que confirman, de acuerdo a la hipótesis planteada, la vinculación con los jóvenes involucrados en nuestra propuesta y su alcance.

Al hablar de aspectos socio- cultural en los jóvenes, nos referimos a la forma de abrir y desarrollar campos intelectuales y artísticos en los adolescentes, de esta manera impulsarlos a tener el interés de practicarlos. Partiendo de esta conceptualización, las diferentes conjeturas programadas, responden a las necesidades evidenciadas en los análisis de los resultados, pues la aplicación de cada uno de ellos originaría mayor interés y desenvolvimiento teórico – práctico frente a los cambios progresistas que se puedan plantear en la sociedad.

Los medios alternativos son los más adecuados en esa aplicación y ayuda por desarrollar las iniciativas, tanto el internet, blogs, murales, dazibaos y demás canales de información, son los que atraen a los jóvenes. A través de ellos se puede generar el uso adecuado de estas herramientas y al mismo tiempo conseguir los objetivos de formar y orientar.

La utilización de áreas urbanas puede significar un claro reconocimiento de incentivos hacia los jóvenes para que desarrollen una inquietud por saber, de esta manera conseguimos transformar sus conceptos y orientar hacia un mejoramiento individual.

Es importante los nuevos procesos informáticos tecnológicos, su utilización es casi total en la ciudad, en los jóvenes, es una gran herramienta en el momento de buscar orientar y dirigir información adecuada para su proceso de formación y de identidad como personas con potencialidades significativas.

Actualmente los proyectos políticos establecidos para el área cultural son de gran importancia, las instituciones deben tomar conciencia de estos proyectos y del rescate de talentos artísticos con los que cuenta la ciudad, de esta manera lograr un cambio conjunto y evidente en los jóvenes y por consiguiente en la sociedad milagreña.

Todos estos principios procesados significan el complemento de la idea general que se está tratando, contar con variedad de campos intelectuales que impulsen la identidad socio-cultural y marquen el progreso en las personas, es origen de la necesidad

evidenciada en las encuestas y entrevistas, que inevitablemente permite el planteamiento de desarrollar una correcta Opinión Pública en los adolescentes – jóvenes como impulsores del avance en la ciudad.

El no existir propuestas dirigidas directamente a jóvenes entre estas edades ha generado apatía social. El efecto de la investigación tanto directa como indirecta, confirman la necesidad de impulsar áreas culturales, y sobre todo incentivar a los jóvenes a desarrollar sus talentos en estos campos, para conseguir un desarrollo adecuado y sistematizado en los procedimientos sociales.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Diseño de una campaña social que integre y concientice a los jóvenes entre 15 y 17 años a involucrarse en el progreso social y de identidad de la ciudad de Milagro con la finalidad de forjar en ellos una correcta orientación intelectual que potencie las aptitudes científicas o artísticas a través de la utilización de medios alternativos.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

Tanto la Opinión Pública como el progreso social e intelectual de los jóvenes milagreños mantienen un estado de desorientación, en ocasiones son los factores naturales que se atraviesan en esta edad, pero también encontramos fenómenos que no permiten el desarrollo de identidad cultural que se ha perdido o permanece en quietud.

Los jóvenes son el reflejo de una sociedad, de acuerdo a como ellos desarrollen campos investigativos e individuales, se fomentará el desarrollo cultural, pues a partir de allí se generan iniciativas, propuestas, soluciones frente a determinado hecho social, estas expresiones se las encontraría en las diferentes áreas artísticas que el hombre por naturaleza posee y con la ayuda de los medios alternativos que hoy en día son de gran aceptación y uso por este grupo de personas, se daría una correcta función a la tecnología con la que contamos, se instruiría a utilizar las herramientas que está a nuestro alcance y no ser utilizados por estos recursos.

De esta manera estamos involucrando a los jóvenes a dar un cambio, crear ideas de progreso y revivir ese amor por la ciudad, integrando y fortaleciendo el mismo potencial que poseen las personas, los jóvenes.

5.3 JUSTIFICACIÓN

Al no existir iniciativas que permitan mejorar y desarrollar los campos culturales e intelectuales en los jóvenes, se estarían perdiendo gran cantidad de recursos humanos con ideas y proyectos innovadores que permitan mejorar las distintas áreas del progreso social, esto involucra no solo una total pérdida de identidad en la población, sino toda una serie de elementos que se originarían a partir de allí.

Es necesaria la participación de los jóvenes en la sociedad y Milagro cuenta con los suficientes recursos, solo hay que saber dirigirlos en un camino donde se involucre su participación directa, para de esta manera despertar el interés que existe en ellos y ampliar los diferentes criterios que puedan generar en las áreas de investigación, cultural y social, tres aspectos que una población al extender, generaría no solo expectativa foránea, sino una particularidad que caracterice a quienes son parte de esta ciudad.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo general de la propuesta

Realizar una campaña que genere una correcta Opinión Pública en los jóvenes entre 15 a 17 años, orientándolos a ampliar sus conocimientos y destrezas intelectuales como artísticas para hacer surgir un sentimiento comprometido con la ciudad de Milagro en mejorar cada uno de los aspectos que permitan tener una identidad y caracterización de la población, utilizando los medios alternativos y tecnológicos que son de uso general y aceptado por los jóvenes entre estas edades.

5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta

Realizar acciones de integración socio-juvenil.

Fomentar un direccionamiento de desarrollo intelectual y cultural.

Efectuar programas de opinión que evidencien las necesidades para generar acciones entre los jóvenes.

Impulsar reflexiones críticas acerca de los mejoramientos sociales en la búsqueda de identificación poblacional.

Promover la utilización correcta del uso de los medios de comunicación alternativos en todo su alcance y magnitud.

Mantener una actualización constante acerca de los hechos que afectan o benefician el avance poblacional en sus diferentes espacios.

5.5 UBICACIÓN

El contexto donde se desarrolla nuestra propuesta, tiene un alcance general en la población, pero se trabaja con los jóvenes por ser en esa edad cuando se necesita la orientación junto con la aplicación de programas de socialización e identificación con el mejoramiento personal y general.



Figura 12. Mapa territorial de la ciudad de Milagro

El proyecto se lo realiza en la ciudad de Milagro, parte de la provincia del Guayas del país Ecuador. Aplicado tanto en zonas rurales como urbanas; los diferentes medios de comunicación permitirían este alcance y servirá directamente, con la puesta en vigencia de este nuevo proceso no solo de comunicación, en la búsqueda de identificación y progreso socio-cultural en la ciudadanía, partiendo de iniciativas que involucra a los jóvenes entre 15 y 17 años como actores directos.

5.6 FACTIBILIDAD

La propuesta, los planteamientos y el desarrollo en el momento de su aplicación son posibles para establecerlos en la juventud milagreña, el problema es evidente y la utilización de herramientas que nos presenta la Comunicación Social en aspectos como informar, aconsejar, orientar, crear soluciones, es grande, pues a través de la utilización de los medios alternativos se genera el interés en este grupo de personas y su vinculación al proceso de mejoramiento social.

La labor es posible implementarla y ejecutarla, se cuenta con los recursos humanos profesionales y técnicos, personas comprometidas socialmente, quienes emplearían los conocimientos para la adecuada ejecución y puesta en vigencia de esta alternativa de progreso en la localidad.

Esto responde a una necesidad por rescatar y fortalecer los diversos campos intelectuales que poseen los jóvenes, con la búsqueda de factores que nos permitan desarrollar sus destrezas innatas; significará entonces, obtener una efectiva atención a esos fenómenos, incentivando a encontrar una identidad y desarrollo profesional individual reflejado en la población y consecuencia del intercambio de criterios, fijándose el compromiso social en un espacio creativo de trabajo integral de formación y comunicación participativa en todos los jóvenes.

Hasta el momento no se han generado este tipo de propósitos, es una de las formas de crear en la ciudadanía interés por resolver y ser parte de los cambios sociales que permitan el progreso individual y colectivo, al mismo tiempo conseguir un reconocimiento propio de forma más activa, abierto al avance del contexto general.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Este proyecto, se dirige a orientar y mejorar los niveles intelectuales y artísticos con los que cuentan los jóvenes, cada uno de ellos a ser parte de un proceso continuo, de compromiso y relación directa con los avances sociales.

Esto permitirá que los jóvenes asuman una responsabilidad de generar esos desarrollos, su capacitación directa e indirecta que se transmita, será el nexo para que ese interés continúe y busque afianzarse y dar paso a ser un ente generador de soluciones y propuestas aplicándolas o exteriorizándolas en cada uno de los espacios que mejor pueda desenvolverse.

Medios de comunicación alternativos y tradicionales

La utilización de los medios de comunicación alternativos será una constante fuente informativa y orientadora, su aplicación se la realizará en diferentes puntos estratégicos de la ciudad y que sobre todo, los jóvenes consigan visualizar estos contenidos y mensajes. Los medios de comunicación tradicionales no pueden ser menos importantes; sin embargo, su utilización es más limitada que la primera opción.

Campaña:

Porque somos Milagro...



Figura 13. Logotipo de la Campaña - Porque somos Milagro -

Porque somos Milagro... estructura

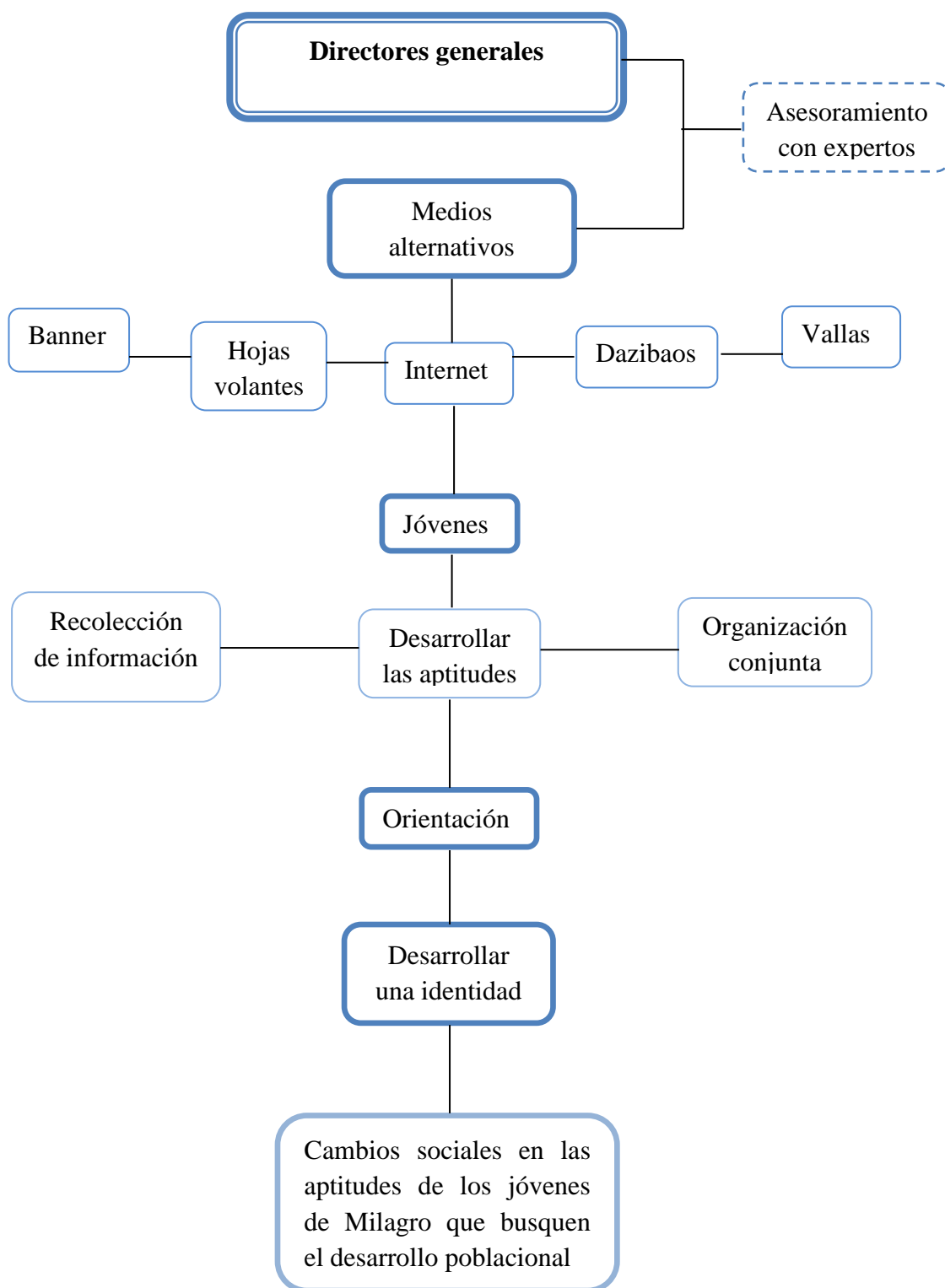


Figura 14. Estructura organizativa de la Campaña porque somos Milagro.

Directores generales:

Su trabajo consiste en receptar las opiniones de los jóvenes de 15 a 17 años.

Medios alternativos:

Representan las herramientas utilizadas para conseguir llegar a los jóvenes e involucrarlos en la participación constante de identificación.

Jóvenes:

Son el grupo al que nos dirigimos porque es en esta etapa donde se desarrollan variadas inquietudes determinantes en su futuro y de la sociedad.

Orientación:

Es la función que se realiza luego de receptar y analizar detenidamente los criterios para emprender acciones organizadas y conjuntas.

Avance socio-cultural en Milagro:

Es el resultado de todo el proceso de recolección, análisis y combinación de información emitida a los jóvenes, generada previamente a través de los medios de comunicación alternativos.

Medios alternativos

Los avances tecnológicos permiten socializarse de forma constante, para ello, el uso de los correos electrónicos se empleará para mantener una constancia en las iniciativas que se generen y las inquietudes que puedan desarrollarse en este proceso.

Existen otros medios de significativa importancia para los jóvenes, entre esa variedad se encuentran las vallas, murales, dazibaos, entre otros. Su utilización, al igual que los otros medios se dará luego de analizar la proyección que se pretende generar en los jóvenes y la sociedad.

Internet:

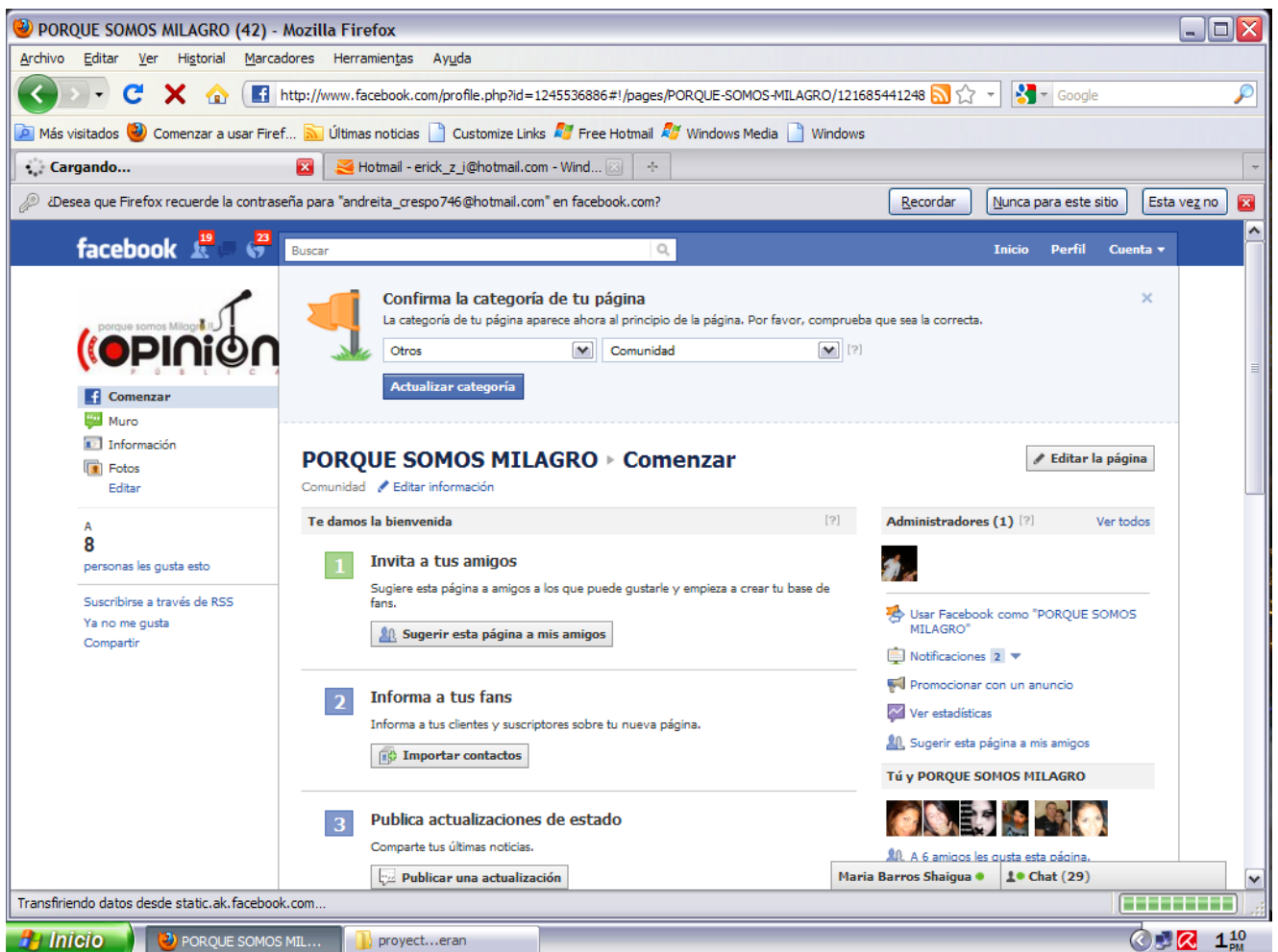


Figura 15. La Campaña Porque somos Milagro en portales sociales – facebook -

Herramientas como el, facebook, twitter, entre otros, son de gran aceptación en los jóvenes, esto nos permite plantear el manejo formativo de estas herramientas, el crear grupos que generen opiniones o crear debates entorno a determinado tema o situación es de gran importancia para conocer los alcances de mejoramiento que se generen, junto con la participación activa de orientación que se produzca, se podrán tener ideas claras que permitan desarrollar medidas de avance general.

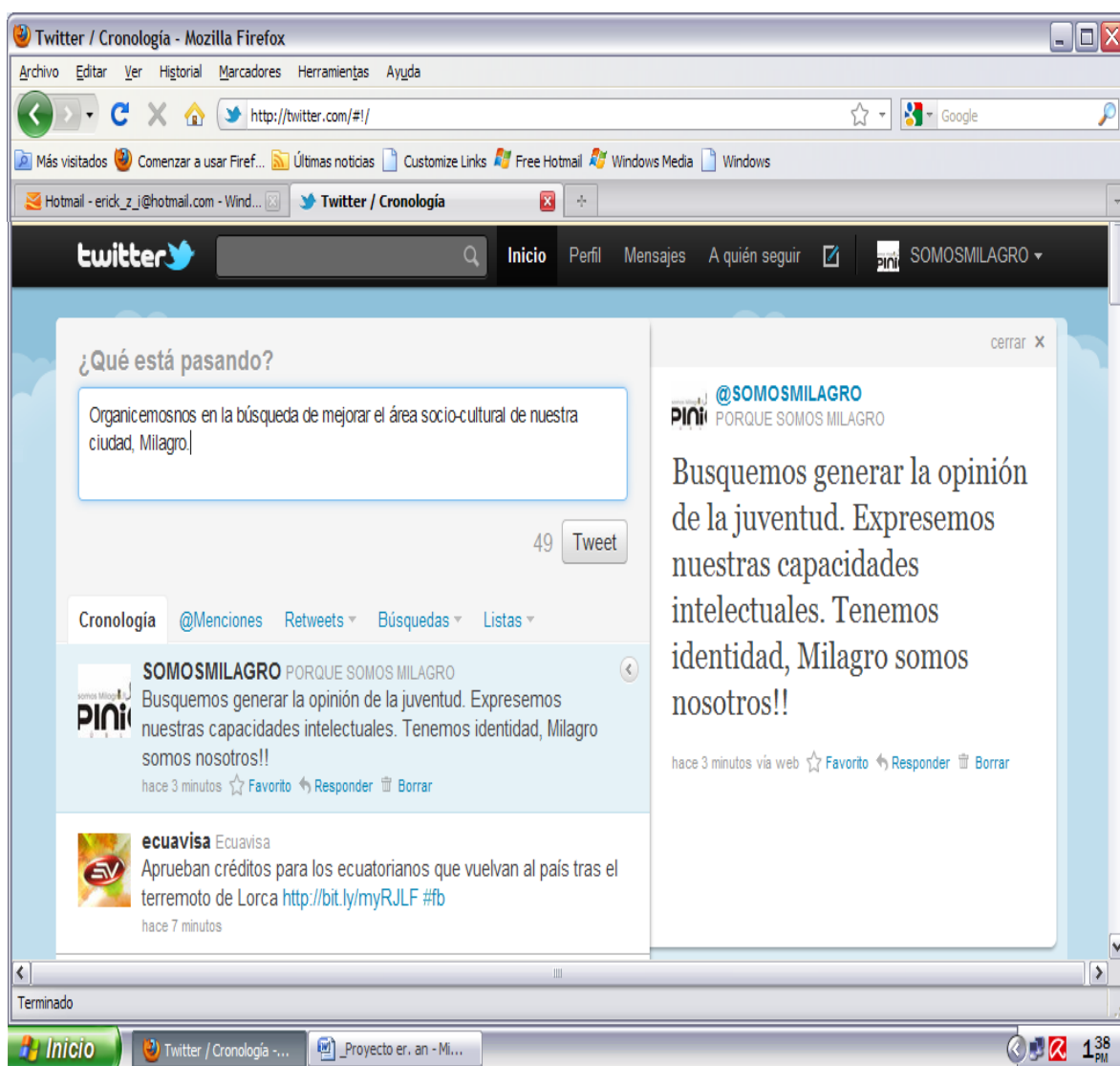


Figura 16. La Campaña Porque somos Milagro en portales sociales – twitter -

Dazibaos:



Recuerdo de los 16...

Una tarde, sentado en el balcón de mi casa, tuve un destello de premonición. Recordé cuando aún tenía los dieciséis años y lo que dejé pasar: esa final de fútbol interno, esa materia que nunca me gustó, la pelea que jamás se dio, ganar ese concurso del programa Oías, decirle lo que sentía a esa chica.

Solo tenía en la mente visiones pasajeras, no se concretaron, hoy estoy seguro que fue por mí, solo por no tener la valentía ni ese pequeño ánimo... por mí, solo por mí.

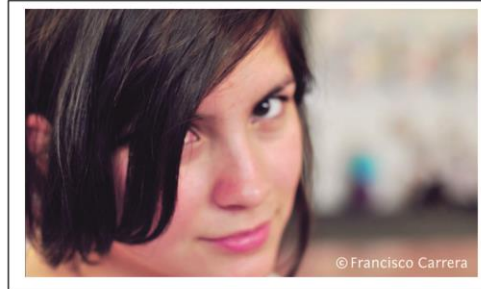
Empecé a reclamarme y decir si tan solo hubiese sido capaz de... Me sentía inseguro, recién ahora me doy cuenta; estaba algo desorientado. Tantas ideas que tenía en la mente,

Me sentía inseguro, recién ahora me doy cuenta; estaba algo desorientado. Tantas ideas que tenía en la mente, quería pintar, quería cantar, quería bailar, expresarle lo que sentía a esa jovencita del cabello negro, quería tantas cosas que no logro recordarlas.

Quería escribir... sí, eso quería, escribir un libro, un libro donde pueda decirle a ese profesor que me gusta la física, pero no la entendía porque explicaba horrible.

Decirle al árbitro de esa final que no pitó el penal en los últimos cinco minutos y que eso nos hubiese dado quizás el campeonato.

Decirle a ese maldito de Pérez que no le tengo miedo y que soy capaz de vencerle en una pelea mano a mano.



© Francisco Carrera

Decírselos a las autoridades que no estaba de acuerdo con el aumento de impuestos, o reclamarle cuentas del dinero que extrañamente se había invertido en esas obras que nunca se vieron.

Decirle a los policías, vigilantes, empresa eléctrica, de agua potable que hagan bien su trabajo...

Decirle a la gente que también soy parte de esta ciudad y que los problemas que crean las autoridades también me afectan a mí y recién ahora experimento esos desgracias... decir... decirle... te quiero María.

El avance socio-cultural es un compromiso de los jóvenes



Somos unidos a realizar una actividad donde todos podamos expresar lo que sentimos, sea cual sea el sentimiento, estoy seguro que le diremos a los grandes que existimos, que estamos aquí, que nos interesa divertirnos, bailar, estar atrás de un balón, estar con esa jovencita que siempre quisimos. Pero que también podemos y queremos participar, en el rescate de identidad cultural de nuestra ciudad, que queremos ser parte de la toma de decisiones, ser reconocidos por los demás por las capacidades que podemos originar en una música, una fotografía, una pintura, un mensaje. Tenemos capacidad para hacerlo y sobre todo, queremos hacerlo.

Porque tenemos capacidad de proponer cambios...

Inquietudes... en esa palabra podemos caracterizar a los jóvenes. Es por naturaleza que nos ocurre, tener interés por conocer y al mismo tiempo ser conocidos. Expresar lo que apreciamos y lo que entendemos, proponer que sería bueno para la sociedad y desarrollarlo. En ocasiones no sabemos cómo opinar lo que creemos.



Pachi contra el mundo...

Tengamos iniciativas y confiemos en nosotros, en las capacidades que podemos desarrollar, cada uno de los jóvenes tenemos una opinión diferente, algo que nos inquieta y nos hace reflexionar, la campaña PORQUE SOMOS MILAGRO, es una opción para que esa inseguridad o esas iniciativas se planteen, analicen y proyecten de una forma en que se pueda originar y reflejar nuestras ideas, nuestros criterios.

Desarrollemos una opinión de progreso social



Conseguir tener un compromiso global donde intervengamos nosotros los jóvenes y nuestras ideas o razonamientos, es una tarea que debemos direccionarla en un sentido de avance colectivo.

Tenemos diferentes talentos, los podemos utilizar para poder mejorar nuestro proceso formativo y al mismo tiempo poder expresar nuestras posiciones sociales, recordemos que en nosotros los jóvenes está reflejada la cultura de nuestra ciudad, de nuestra población. Al utilizar medios como la música, pintura, los murales, estamos siendo parte de una propuesta que busca dos cosas primordiales y esenciales: Desarrollar nuestras capacidades intelectuales correctamente. Originar una identidad y caracterización de la juventud milagreña reflejada en cada una de sus opiniones y expresiones artísticas.

Cuando se actúa de forma organizada

Los jóvenes somos fuerza, entusiasmo, con una entera disposición por conseguir nuestros objetivos... si todas estas características las unimos en un solo sentir, en un solo pensar, seríamos parte de la historia, estaríamos forjando historia, con una proyección donde tengamos participación activa en identificarnos y estar

orgullosos de nuestra ciudad, porque en ella se reflejaría lo que somos capaces de crear utilizando nuestro empeño y decisión si de verdad nos lo proponemos. Utilizar cada una de las herramientas que la tecnología nos ofrece como los sitios de redes sociales es de gran ayuda para plantear nuestras ideas.



Dirección: 5 de Junio y Rocafuerte (esquina) Teléfonos: 093816522 Web: buscalo en opinion_mediosalternativos@hotmail.com
facebook: PORQUE SOMOS MILAGRO twitter: @SOMOSMILAGRO, blogs: SOMOSMILAGRO

Figura 17. Dazibao con información dirigida a los jóvenes a participar de la campaña.

Los banners:

1,80 cm

porque somos Milagro!!

OPINION
P Ú B L I C A

**El desarrollo socio-cultural de Milagro
es nuestro compromiso**

**Unidos busquemos generar la opinión de la juventud.
Organicémonos y participemos en desarrollar nuestras
capacidades intelectuales y artísticas.
Rescatemos nuestra identidad.**

Dirección: 5 de Junio y Rocafuerte (esquina)
Teléfonos: 093816522
Web: buscalo en opinion_mediosalternativos@hotmail.com
facebook : PORQUE SOMOS MILAGRO
twitter: @SOMOSMILAGRO, Blogs: SOMOSMILAGRO

80 cm

Figura 18. Banner con el objetivo de incentivar a los jóvenes a la campaña.

Significan un análisis más detallado, pues la utilización de ellos se generaría cuando se refleje una específica acción, se la emplea una vez que los jóvenes empiecen a generar opinión encaminada a reflejar un modo de pensar, una solución, la aceptación o no de determinada acción, es donde su utilización es de gran importancia, pues se vería plasmado y reflejado en este medio, en lugares donde las personas puedan observar directamente la postura, aptitud y habilidad de los jóvenes.

1,80 cm

OPINION
Porque somos Milagro...

El desarrollo socio-cultural de Milagro es nuestro compromiso

Unidos busquemos generar la opinión de la juventud. Organicémonos y participemos en desarrollar nuestras capacidades intelectuales y artísticas. Rescatemos nuestra identidad.

Dirección: 5 de Junio y Rocafuerte (esquina)
Teléfonos: 093816522
Web: buscalo en opinion_mediosalternativos@hotmail.com
facebook : PORQUE SOMOS MILAGRO
twitter: @SOMOSMILAGRO, blogs: SOMOSMILAGRO

80 cm

Figura 19. Segundo banner y la invitación a los jóvenes a desarrollar nuestra cultura.

Vallas:

9 m

5 m



Figura 20. Valla publicitaria de la campaña - Porque somos Milagro.

Valla troquelada:

9 m



Figura 21. Segunda valla de la Campaña – Porque somos Milagro.

Participación activa

Esta área o recurso representativo se lo efectuará en el instante en que existan campañas creadas por instituciones tanto estatales como privadas. Participaremos activamente en las propuestas que se realicen y generen en cualquier agrupación con el fin de reflejar y desarrollar un compromiso con la sociedad y de mejoramiento colectivo.

Quienes integrarán estas campañas serán todos los que deseen tener acción en estas propuestas o movimientos que se generen y la utilización de los medios alternativos y tradicionales serán las herramientas por donde se genere opinión y oriente para evitar así la distorsión que pueda originarse, junto con la emisión y recepción de criterios de los jóvenes que se encuentren involucrados y sean parte de este proyecto social.



15 cm

21 cm

Figura 22. Primera hoja volante para involucrar a los jóvenes a ser parte de la campaña.

Las personas quienes tengan lugar en la formulación constante de orientación para las iniciativas serán quienes cuenten con las capacidades idóneas para la conceptualización de los conceptos que manejen los jóvenes y sus proyecciones para el correcto desenvolvimiento.



Figura 23. Segunda hoja volante de la Campaña – Porque somos Milagro.

Durante todo este proceso, la participación directa e indirecta de personas e instituciones, serán de importancia para fomentar de manera constante e integradora las iniciativas planteadas y las que se puedan generar con el transcurso de su aplicación de orientación a estos jóvenes, pero también intervendrán elementos conocedores y especializados en cada una de estas áreas.

Mural:



Figura 24. Mural donde se expondrán los análisis y talento de los jóvenes.

Medios de comunicación tradicionales

En este grupo de recursos informativos se encuentran la radio, televisión y prensa escrita.

La utilización de ellos será sistémica y estructurada de acuerdo a la iniciativa que se genere, es decir, la elaboración de cuñas televisivas, radiales y la circulación de publicidades en la prensa escrita, serán efectuadas de acuerdo al alcance con que se valla a establecer determinada acción.

Video publicitario

A continuación:

El guión de la cuña publicitaria que emplearemos durante la campaña.

Guión literario

Campana:

Desarrollar opinión pública en personas adolescentes de 15 a 17 años como proceso de mejoramiento socio-cultural a través de medios alternativos.

Duración:

Máximo 45 ''

1. FUNDIDO.

Porque los jóvenes también nos expresamos.

2. MURAL. BIBLIOTECA. CASA. CALLE. VOZ EN ON.

Un chico aparece con unas brochas pintando. Otro sentado leyendo. Otro en una computadora y unos papeles con diseños. Jóvenes en las calles.

3. FUNDIDO

Porque nos preocupamos por el desarrollo social.

4. MURAL. BIBLIOTECA. CASA. CALLE. VOZ EN ON.

Continua empeñoso con el dibujo en una pared. El otro con otro libro y sacando apuntes. El de la computadora observando y cambiando figuras y mirando los papeles. Jóvenes reunidos en las calles.

5. FUNDIDO.

Somos el reflejo de nuestra ciudad.

6. MURAL. BIBLIOTECA. CASA. CALLE. VOZ EN ON.

El dibujo en el mural empieza a tomar forma. El del libro realizando bosquejos. El de la computadora contento por lo que esta diseñando, los papeles alborotados. Los jóvenes organizándose.

7. FUNDIDO.

El compromiso de alcanzar nuestras propuestas depende de nosotros.

8. MURAL. BIBLIOTECA. CASA. CALLE. VOZ EN ON.

El dibujo del muro se lo observa. El chico con pintura en todas partes. Mira el reloj. El de la biblioteca terminando una exposición. Mira el reloj. El del diseño terminando de poner una valla. Mira el reloj. Los jóvenes en grupo numeroso.

9. FUNDIDO.

Porque nuestras ideas permiten reflejar nuestra identidad.

10. EXT. CALLE. MURALES. VALLAS. DÍA.

Los jóvenes organizados y reunidos en los diferentes lugares de las calles. Reparten hojas volantes. Los trabajos de los jóvenes son observados.

11. FUNDIDO.

Integración juvenil en busca del avance socio-cultural de Milagro.

5.7.1 Actividades

La campaña de orientación a los jóvenes entre 15 y 17 años, se llevará a cabo de manera constante, pero con lapsos de tiempo que permitan reconocer las nuevas tendencias, y avances que se propongan y desarrollen, ajustándose a programas de análisis, proyección y mejoramiento socio cultural en la ciudad de Milagro, esto se lo realizará cada dos meses. Las reuniones generales se enfocarán con los expertos, en buscar fortalecer los razonamientos creados en los jóvenes. Tendrá su oficina en la parte céntrica de la ciudad.

Estudiar los criterios formados a través de las opiniones de los jóvenes.

Orientar de manera correcta cada uno de los planteamientos.

Analizar la campaña y estrategias que se utilizan para la aplicación.

Realizar proyecciones de los alcances y consecuencias.

Precisar cada una de las funciones de integración juvenil social y su evolución.

5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

En el proyecto, se contó con la colaboración de un Sociólogo, Psicólogo, Periodista, Difusor cultural, un político y varios esquemas investigativos de información recolectada en bibliotecas o internet, pero no significaron mayor costo.

Los siguientes costos simbolizarán la aplicación de la primera campaña de desarrollo socio-cultural en los jóvenes con la aplicación de todos los instrumentos tecnológicos como humanos con los que se cuenta para una eficaz elaboración y ejecución.

Para ello, analizamos y determinamos dividiéndolo de la siguiente forma:

Recursos y medios de trabajo

Para la realización de las encuestas y entrevistas se realizarán los test y elaboración de preguntas, ello engloba la utilización de papel y sus impresiones que serán aproximadamente 5.000, los materiales utilizados en los dazibaos como los espacios a utilizar y los materiales para imprimir, al igual que en los murales y hojas volantes.

Cuadro 2. Presupuesto de los medios de trabajo.

Artículos	Cantidad	Valor Unitario	Total
Encuestadores	2	\$15	\$30
Papel	2000	\$4	\$16
Impresión	1000	3 ctvs.	\$30
Dazibaos	5	\$20	\$100
Murales	2	\$150	\$300
Cuñas	2	\$30	\$60
Hojas volantes	5.000	\$90	\$240
Banners	2	\$20	\$40
Vallas	2	\$500	\$1000
Total			\$1816

Recursos de infraestructura física

En este aspecto necesitaremos de una oficina y por consiguiente de los demás costos relacionados con esta necesidad, es decir, agua, luz teléfono, internet y la adecuación del mismo, mesas, sillas.

Cuadro 3. Presupuesto de la infraestructura física.

Artículos	Cantidad	Valor Unitario	Total
Local	1	\$350	\$350
Agua	-	\$5	\$5
Luz	-	\$30	\$30
Teléfono	-	\$15	\$15
Internet	-	\$30	\$30
Directores generales	2	\$200	\$400
Total			\$830

Recursos técnicos

Dentro de este punto, hemos de especificar los utensilios con los que debemos contar para la elaboración de nuestra propuesta, aquí intervienen las herramientas de trabajo.

Cuadro 4. Presupuesto de los recursos técnicos.

Artículo	Cantidad	Valor Unitario	Total
Computadoras	2	\$650	\$1300
Impresoras	1	\$80	\$80
Lápices	1 paquete	\$1.50	\$1.50
Esferos	1 paquete	\$3	\$3
Tinta	-	\$40	\$40
Mantenimiento	Mensual	\$20	\$20
Total			\$1444

Aspectos generales - financieros

Todos los recursos que serán utilizados en cada uno de los aspectos antes estructurados, serán generalizados y contabilizados de forma unitaria y valorados en un total, así conseguiremos dar con el valor total que engloba nuestro proyecto.

Cuadro 5. Presupuesto general – total.

Recursos generales	Suma unitaria	Suma total
Medios de trabajo	\$76	\$1816
Infraestructura física	\$795	\$830
Recursos técnicos	\$1444	\$1444
Costos extras	\$50	\$50
Total		\$4.090

Personas que integran la campaña directamente

2 directores generales

1 publicista

1 diseñador gráfico

1 especialista en tecnología web

Personas que integran la campaña indirectamente

1 periodista

1 sociólogo

1 orientador

1 difusor cultural

5.7.3 Impacto

Beneficios obtenidos a partir de esta propuesta y planteamiento, vienen generadas por los avances que se establezcan en cada una de las iniciativas que se desarrollen en los jóvenes.

Está claro que la juventud es una etapa de desorientación, las tecnologías incentivan a ser consumidores, las tendencias crean barreras de identificación, las distracciones no permiten desarrollar el poder intelectual y artístico que se encuentran en los jóvenes.

Por tal motivo, con la aplicación de este proyecto, se generaría un aporte significativo al desarrollo, comportamiento, cultura y avance social, pues la correcta utilización de los medios de comunicación alternativos y el correcto manejo de información generado en los medios tradicionales, junto con la implementación de proyección directa de opiniones, investigaciones y criterios reflejados a través de la música, pintura o danza, crean una identidad, primero individual, porque el joven reconocerá la importancia de la representación y aportación a la sociedad y luego general, porque esas actitudes y comportamientos estarían reflejados en el proceder de la población total.

Así también las tecnologías que puedan generarse y servir de herramientas, serán vistas y utilizadas como tal, como herramientas para mejorar los niveles intelectuales, creando un poder de análisis y criterios que den soluciones a problemas latentes en la sociedad, creando sobre todo, un sentido de avance y progreso general, partiendo desde el potencial social que pueden alcanzar los jóvenes en estas etapas.

5.7.4 Cronograma

Diagrama de Gantt Cronograma de actividades

Cuadro 6. Cronograma de actividades.

	Actividades	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
1	Diseño general del proyecto					
2	Aprobación					
3	Bibliografía					
4	Recolección de información					
5	Análisis general de la información					
6	Trabajo de campo					
7	Procesos de información					
8	Diseño de la campaña planteada					
9	Verificación de datos generales					
10	Redacción de informe					
11	Pre revisión					
12	Presentación final					

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

Con la investigación y recolección de datos que han sustentado todo el planteamiento y proyecto, el efecto generado en los jóvenes de 15, 16 y 17 años, resulta un gran aporte al desarrollo intelectual y social, abriendo nuevos campos de adelanto poblacional que a través de iniciativas establecidas desde un análisis y criterio general, objetivo e imparcial forjado en los jóvenes, se consigue establecer una identidad y compromiso con el progreso general de la sociedad milagreña.

La utilización de nuevas formas de expresar lo que se piensa es una forma de vincular, recolectar o establecer parámetros de unificadores de la opinión pública, al mismo tiempo esos juicios poder plasmarlos ya sea en una valla, una hoja volante, una fotografía, una frase o en los grupos y espacios de opinión creados en las redes sociales y de forma más directa en los murales, herramienta que permitirá tener una idea clara del desarrollo cultural proyectado en la ciudad.

CONCLUSIONES

Establecidos los principios de investigación, análisis y propuesta general aplicada en este proyecto, resaltamos la importancia de realizar campañas dirigidas a jóvenes, tanto de parte de personas o instituciones estatales, privadas o simplemente como iniciativas de buscar el avance socio-cultural.

Buscar la vinculación de manera directa en los jóvenes, reflejada en las opiniones y criterios que puedan originar a través del desarrollo intelectual en campos de investigación o bien, plasmados en manifestaciones artísticas como la pintura, música, danza o cualquier expresión, constituiría el reflejo del criterio individual con incidencias en toda la población.

En el transcurso de desarrollar una correcta Opinión Pública en este grupo de personas, la campaña planteada crearía una iniciativa y vinculación directa en estos jóvenes, en buscar orientarlos e incentivar un reconocimiento de identidad, para ello, utilizar los medios alternativos es una de las grandes herramientas que no se han sabido manejar, su novedad y uso es de gran aceptación en la población joven, significando en muchos de ellos, analizadores o guías entre las masas frente a los procesos de cambio, mostrando de manera más directa las necesidades de una determinada población, la juventud.

RECOMENDACIONES

Fomentar un avance intelectual general a partir de una iniciativa individual, con la participación constante de los aspectos orientadores y generadores que desarrollen este proceso cultural.

Para conseguirlo, incluir un compromiso de parte de todas las personas, autoridades e instituciones que deseen ser parte de este propósito de avance socio-cultural, significaría la manera más adecuada, con alcances que evidencien de forma eficaz los cambios, para visualizar y desarrollar medidas que permitan nuevamente poseer ese milagresismo que décadas atrás se experimentaba.

La aplicación de esta propuesta, aparte de ser un medio integrador con los jóvenes, busca desarrollar los potenciales que ellos poseen de forma natural en diferentes campos; como consecuencia experimentaríamos nuevas ideas, caminos de desarrollo, procesos de vinculación social, aplicación adecuada de los medios de comunicación; procedimientos reflejados en cada uno de los jóvenes, personas que son parte y se identifican con la ciudad, afianzando los niveles de compromiso en el camino de fortalecer las relaciones humanas con grupos e instituciones parte de esta ciudad. Milagro.

Si en un principio solo se plantea la utilización de medios tradicionales específicos como la publicidad en televisión, es importante resaltar que esta iniciativa tiene un carácter estándar, es decir, se ajusta al presupuesto con que se inicie la primera campaña y conforme se vayan integrando instituciones y mediaciones, cada uno de los elementos a utilizar en una segunda campaña serán en mayor número, se integrarían cuñas radiales, en periódicos, revistas, etc. Pues los recursos son importantes en este proceso, pero no absolutos, porque constantemente se tendrán referencias de los juicios de desarrollo, se realizarán investigaciones que nos determinen el avance con que se maneja la propuesta.

BIBLIOGRAFÍA

Para la ejecución de nuestro proyecto hemos citado:

Enciclopedia: Opinión Pública, 2010.

FERRERES, José: opinión pública y medios de comunicación, España, 2009.

HUME, David: discursos políticos, 1752.

BERNABEU, Natalia: breve historia de la prensa, España.

LASWELL, Harold: estructura y función de la comunicación en la sociedad, 1979

BARBERO, Martín: de los medios a las mediaciones, México, 1987.

VELA, Jordi: comunicación y territorio, portal de la comunicación, España, 2008.

COGO, Denise: los estudios de recepción en América Latina, 2009.

HOVLAND, Karl: efectos a corto y largo plazo, Estados Unidos, 1949.

SORIANO, Jaume: Las nuevas reglas de la etnografía, España, 2007.

COSTALES, Jaime: la sumisión y su causa colectiva, el Comercio, Ecuador, 2010.

IVOSKUS, Daniel: los medios y los espacios para la cultura y educación, el Comercio, Ecuador, 2010.

LAGUNA, Ania: crítica a la opinión pública, España, 2010.

CARDOSO, Gustavo: la comunicación de masas a la comunicación de redes, España, julio, 2009.

CHIRIBOGA, Silvia: la opinión empieza a cansarse, el Comercio, Ecuador, 2010.

PROYECTO, Programa de la ONU para la juventud – 2010/2011.

ANEXOS



Encuesta a jóvenes entre 15 y 17 años con el objetivo de determinar el alcance social y cultural que experimentan.

1) ¿Cómo considera el comportamiento que tienen las personas hacia la ciudad?

Respetuoso ()

Desordenado ()

Poco interés ()

Colaborador ()

2) ¿Considera que los jóvenes participan activamente en el desarrollo sociocultural de la ciudad?

Si ()

No ()

3) Las instituciones sociales y culturales de Milagro, difunden sus actividades a la población?

Si ()

No ()

4) ¿Cómo considera que ha sido el desarrollo socio-cultural de las personas en la ciudad de Milagro?

Rápido ()

Lento ()

Mediano ()

5) Conoce un líder juvenil que promueva este tipo de actividades a favor de Milagro?. Si, ¿Quién?

Si ()

No ()

Dudan ()

6) ¿El municipio local tiene participación en el desarrollo sociocultural de la ciudad?

Si ()

No ()

Dudan ()

7) ¿Qué instituciones públicas y privadas trabajan por la difusión de actividades socioculturales en la ciudad de Milagro?

UNEMI ()

AVINNFA ()

Cruz Roja ()

Cámara de Comercio ()

Iglesia Católica ()

Bomberos ()

Jefatura Política ()

Patronato Municipal ()

Grupos Culturales ()

8) ¿Considera que el nivel sociocultural en la ciudad ha estado mal direccionado?

Si ()

No ()

Dudan ()

9) ¿Participaría activamente usted en una campaña que permita el rescate de valores socioculturales de Milagro?

Si ()

No ()

Dudan ()

10) ¿Por qué medio de comunicación le gustaría informarse a usted sobre las actividades socioculturales en Milagro?

Prensa ()

Tv ()

Radio ()

Murales ()

Vallas ()

Otros ()

Internet ()

Entrevistas:

Doctora Nila Velásquez:

¿Qué papel o función deben de cumplir los medios de comunicación para lograr que la ciudadanía se comprometa con la urbe y el país para lograr un cambio positivo?

El papel de los medios de comunicación es tradicionalmente informar, ofrecer distintos ángulos de opinión sobre los hechos que suceden para darle al ciudadano que se acerca a ellos elementos para que puedan formar su criterio acerca de aquello ya sean las noticias a modernamente se añadido a entretener, como fusión otros han añadido educar. En el caso del periodismo en propiamente tal sus fusiones básicas son las que he mencionado primero; informar y darle al receptor de esa información elementos, criterios que le ayuden a formar a sus propios criterios acerca de lo que se informa para que se han capaces de tomar decisiones que enriquezcan su vida personal y la vida comunitaria.

Actualmente ¿se cumplen estos enunciados?

Bueno, no se puede generalizar porque en el Ecuador hay muchos medios de comunicación; pero yo diría que en términos generales sí; por lo menos se hace todo lo posible por cumplir.

¿Las críticas gubernamentales a los medios de comunicación generan una resistencia a esa aceptación por parte de la ciudadanía?

Yo creo que no, yo creo que en algunos casos es al revés. Hay gente que cuando el presidente critica un determinado medio corren a buscar ese medio para ver ¿qué le habrán dicho que esta tan disgustado?. O sea creo que no.

¿Qué función tiene la Fundación el Universo en la formación de comunicadores que buscan el rescate de la identidad Nacional?

Haber, nosotros uno de los objetivos básico; yo diría el principal de la Fundación, es la capacitación permanente de periodistas. Entonces nosotros trabajamos todo el tiempo para ayudar a la actualización de periodistas; actualización ¿en qué sentido? Por ejemplo; uno profesional pero también actualización que les permita tener una visión más amplia del país y del mundo porque el periodista tiene que saber ubicar los hechos en el contexto y eso requiere una gran cultura general; que a veces los periodistas no se dan cuenta que la cultura general es quizás lo más importante dentro de su preparación lo demás es instrumental.

¿Cómo puede un periodista reflejar su nivel de cultura para que esto sea receptado por los jóvenes?

A ver lo que un periodista escribe o habla por la radio o presenta en la televisión; si ustedes son receptores críticos y reflexivos se darán cuenta desde la mínima noticia que tiene un saber distinto, un enfoque distinto, un valor agregado; una manera diferente de verla entre una, otro y otro. Esa diferencia, eso que no se emita decirle: *“hubo un asesinato en la calle 25 y la que cruza”*; sino que le ubica a usted cual es la circunstancia, cómo es la 25 y la que cruza; si tiene o no seguridad policial, si es el primer asesinato que se produce en el barrio, si se ha producido otros continuamente, si es un fenómeno del barrio o es un fenómeno que refleja la realidad de

la ciudad. La noticia que le permite ver todo esto, es la que lo ubica a usted en el contexto y le refleja que el periodista tiene muchas más condiciones para captar la integridad del hecho.

El conocimiento que tienes. Comienzas a decir sí, pero en la ciudad ha habido tantos asesinatos esta semana; los sectores más peligrosos son tales y tales; este sector no era peligroso, es la primera vez que aquí ocurre o sea eso solo lo puedes captar cuando tú estas siempre actualizado y cuando tú tienes una cultura general que te permite entender que el fenómeno de la inseguridad no se limita al que te dieron ganas de matar a otro, porque no es así, eso tiene una realidad social, una realidad económica, una realidad cultural, una realidad política.

Pueden nacer de una necesidad que es una realidad económica. Hay periodistas que alguna vez hacen el contraste como: este robo fue igualito al que presentaban en aquella película no sé cuál. Este periodista, es un periodista que vio la película por lo menos y que puede hacer la comparación.

Y ¿tú qué piensas cuando alguien te dice este robo es igual al que presentaron en la película tal? ¿tú oyes eso y qué piensas?

Tú dirás eso, que es la influencia de la película; eso se puede discutir, pero por lo menos se te ocurrió una idea que puede ser una causa y ese es el papel de un periodista culto.

¿La vida cultural de un periodista ¿puede ayudar a rescatar la cultura, la historia, los valores, la etnia de un pueblo o de una ciudad?

Yo creo que sí, porque si el periodista conoce su ciudad, su provincia, su país; siempre puede reflejarlos en aquello que presentan en su información y eso puede ayudar a que la gente descubra el valor de lo propio. Por ejemplo: supongamos que se hace una noticia de farándula (aunque no son mis favoritas, pero son noticias) entonces tú puedes hacer una noticia de Britney Spears; que no la haces tú porque vienen las agencias y lo que haces es transcribir pero decides que la pones ahí con gran despliegue como muy importante, pero de pronto hay en tú ciudad, en tú país gente muy destacada en el ámbito de la música popular, autóctona, propia que no los destacamos y que poco a poco hace que los jóvenes ni siquiera los conozcan e incluso los rechacen y viven pensando en Lady Gaga, yo no sé, gente así, no digo que no tengan que oírlos; pero lo que digo es que si el periodismo no le da paso a lo nuestro ¿cómo la gente se entera de que lo nuestro existe y aprende a valorizarlo? Pero para eso tú tienes que saber que lo nuestro existe y tienes también que saber descubrir entre lo nuestro que tiene valor y lo que no lo tiene, porque también hay montón de gente que dice que canta pero no canta, entonces no les puedes dar el mismo lugar, el mismo espacio, el mismo valor que aquel que sí.

¿Considera qué los actuales medios de comunicación en su forma y fondo llegan a su límite y que sea necesario la aparición de medios alternativos que permitan la innovación de la información que oriente de mejor forma a la ciudadanía?

Yo creo que el Ecuador tiene buena prensa, hay excepciones, no se puede generalizar pero en términos generales creo que el Ecuador tiene buena prensa, ahora, que surjan nuevos medios, ojala, porque mientras más alternativa tenga la gente es mejor, mientras más gente ofrezca y sepa de información es mejor. Ahora el mundo contemporáneo va mucho por la prensa

especializada porque lo que hay que conocer es cada vez más. Entonces como que es muy difícil hoy saber mucho de una cosa peor saber de muchas cosas, entonces se tiene muchos periódicos especializados en economía, hay medios especializados en salud, hay medios especializados en farándula, también hay medios alternativos y ojala hayan muchos más.

¿Los medios de comunicación actuales cumplen con una adecuada orientación a los jóvenes de 15 a 17 años?

Yo me atrevería decir que no se han planteado quizás esa responsabilidad. El parta porque esa es una etapa, muy difícil que tiene que ser manejada con un criterio especializado; a veces con un criterio o con las formas de sus pares o sea en este ejemplo otros chicos de 15 a 17 años, si ustedes se fijan los chicos de 15 a 17 años hablan rarísimo para mí.

En la forma del lenguaje, yo no sé. En la forma de expresarse: Que se van a la caleta, que el camello (trabajo). Aparte de eso tienen muy poco lenguaje, cada vez menos lenguaje porque por ejemplo, esto del mensaje en el celular; hace que ellos vayan buscando la manera de abreviar las palabras: casa está escrita ksa, por favor es x favor; o sea es cuando ellos quieren expresarse oralmente muchos de los chicos tienen muchas dificultades y el adulto no entiende.

Entonces el problema de la nueva generación ¿cuál sería?

El problema de la nueva generación es muy serio, muy serio porque cada vez a pesar de parecer que tienen más medios de comunicación el facebook, el twitter; parecen que tienen más medios de comunicación pero lo que tienen son menos porque poseen menos lenguaje para expresarse y entonces hay cosas que no pueden decir ustedes ya los viejos a veces oímos hablar a los jóvenes, yo tengo aquí (sujeta su frente) grabado un diálogo entre dos alumnos míos que realmente me precio increíble, conversaban dos chicos.

El uno le decía: “y ¿entonces? O sea que, o sea que ¿ya?”

El otro le decía: mmm. Fin del dialogo.

Ustedes de eso ¿qué entendieron? Supongo que ellos se entendieron, seguro que ellos se entendieron pero en algo muy elemental, porque eso no puede comunicar toda la riqueza de lo que probablemente tenían adentro para comunicarse. Entonces eso es un fenómeno, siempre los jóvenes han usado otro lenguaje porque así también así evoluciona el lenguaje pero ahora es mucho más grave eso porque se tiene la ilusión de que se está comunicando; porque si estas con el celular en la mano, porque si hoy hablo con fulanito así todo el día, en sí no hablas nada; entonces ese es un problema y entonces el otro problema es que hay una incomunicación generacional, porque si el adulto no entiende eso, no hace un esfuerzo por entender y lograr que a su vez el joven quiera comunicarse con él se produce una incomunicación generacional que es grave que es muy grave. En el caso de los medios, como los medios usan en general la lengua española a veces no logran enganchar a los jóvenes pero también el papel de los medios es difundir esa lengua, es esa lengua común lo que permite comunicarnos, entonces es un reto, verdaderamente es un reto muy grande para los medios que yo diría que la mayoría no ha podido manejar, el lograr esta comunicación, lograr un espacio en el que los jóvenes se encuentren y se vean representados.

¿La falta de la lectura produciría esto?

Huy por supuesto...

¿Habrá una diferencia entre digital y la lectura física?

No creo, si eso sigue siendo uso del lenguaje no habrá diferencia, creo que hay diferencia en el lenguaje de la palabra y en lenguaje audiovisual, ahí si hay una diferencia muy grande, muy muy grande porque el conocimiento que llega por el lenguaje audiovisual tiene un proceso distinto del que te llega por el lenguaje de la palabra.

Si yo te digo pluma tu cerebro tiene que buscar el referente pluma para entender lo que te dije; ahí hay un proceso cerebral que tú tienes que hacerlo.

Si yo te muestro esto (enseña un esféro) ¿tú qué dices? : Esféro. Ya, y no tienes que buscar ningún referente, ya está, hay una parte del proceso que no haces, pero eso tiene una dificultad, por eso es que los jóvenes tienen cada vez más dificultad para el pensamiento abstracto, porque se acostumbran a la comunicación de lo concreto: de lo que se ve y lo que se oye. Pero eso no es todo en la sociedad ni en las relaciones humanas, porque si tú te acostumbras y puedes hablar y puedes identificar y puedes opinar sobre lo que ves y lo que oyes.

Si yo te digo amor. ¿Cómo ves y oyes el amor? ¿Cómo es? ¿De qué tamaño? ¿De qué forma? No se ve, no se ve. Uno puede ver las manifestaciones del amor pero no el amor.

Si yo te digo honestidad. ¿Cómo es la honestidad? Es azul, roja, verde, amarilla, cuadrada, redonda, grande, chica. No es concreta, no tiene forma, esta en el mundo de lo abstracto.

Entonces en este caso las nuevas generaciones buscan cosas o mensajes más concreto?

Claro, esta acostumbrada al mensaje de lo concreta.

Es eso que tienen mucha dificultad para el pensamiento abstracto, entonces están acostumbrados a ver a ver a ver, tú de repente les das un libro y ¿cómo pues? si tienes que leer, buscar los referentes, entender; es muy difícil. Entonces claro la tentación es okey, entonces utilicemos audiovisuales en la universidad. Pero por ejemplo: hace un ratito usted me preguntaban de la ética, yo aquí doy cursos de ética periodística y a veces cuando empiezo el curso les digo “en este curso no vamos a tener audiovisuales, porque no se trata de ver sino de pensar”, claro al final del curso cuando hacemos la evaluación, faltaron audiovisuales.

Si se pueden mostrar, porque tú puedes presentar un caso y luego decir que reflexionen; pero el mundo de la ética es un mundo muy difícil de presentar en concreto. Tú puedes presentar en concreto las acciones o los hechos de lo cual se generan problemas pero no los valores.

Ahora se están utilizando revistas juveniles, en estas revistas juveniles el lenguaje ya se ha devaluado, muy poco se utiliza las abreviaturas, los símbolos para formar palabras, cosas así, pero ¿El diario El Universo qué está haciendo para mejorar la cultura entre los jóvenes de 15 a 17 años?

Yo les he dicho que creo que los grandes medios están quedados de año en esto.

Entonces si hay una necesidad latente, clara, evidente, ¿Por qué no se trabaja ahí?

Entre otras cosas porque es muy difícil y ahí hay una discusión previa, tú me acabas de decir que usa otro lenguaje. El medio debe contribuir al uso de otro lenguaje o al medio le corresponde enriquecer, mantener o difundir un lenguaje común para que nos entendamos todos. Esa es una cuestión previa que hay que definir antes de empezar a escribir k + no se que x .

Entonces de alguna forma, en el caso del lenguaje ya está estructurado, ya hay una forma, una estructura.

El lenguaje siempre evoluciona, siempre evoluciona y hay palabras que antes no estaban aceptadas y ahora ya están aceptadas.

Pero en este caso de escribir casa: c a s a, a escribir k s a, hay un salto bastante drástico.

Entonces eso ahí no lo entenderían la mayor parte de los lectores y al medio le corresponde ayudar a que los jóvenes entiendan nuestros lenguajes porque es el que habla la mayoría; porque la mayoría de la población por lo menos todavía no tiene entre 15 y 17 años. Entonces le corresponde más vale ayudarlos a que entiendan a los demás y sepan hacerse entender; po si tú le escribes una carta a lo mejor a tú papá: quieres ir a la ksa; no te va a entender.

Algo más en concreto El Universo ¿Qué programas realiza para difundir la cultura u orientar no solo hablando de personas de 15 a 17 años, sino en forma general?

Bueno El Universo tiene muchas cosas en ese sentido. En primer lugar El Universo publica muchos suplementos, separatas, folletos; por ejemplo todos los años se publica una cuestión literaria, unos folletitos de lecturas, de vida de literarios, se hacen muchos programas de pensamiento de lectura que se hacen a partir de la fundación, tiene la página de información cultural, hace muchas cosas.

Los suplementos, digamos en la actualidad El Universo tienen los libros de colección de las Hadas, esos para los niños, también salieron los libros de Los Valores, así mismo para niños, para bebés. ¿Por qué no hacer algo direccionado a la juventud? ¿Por qué es tan difícil llegar a ellos?

En realidad no lo sé, como entenderán yo trabajo en la Fundación, no lo sé. Pero me parece una excelente idea la de ustedes, deberían trabajar con jóvenes.

¿Qué instituciones deben participar activamente en mejorar el comportamiento de 15 a 17 años?

Todas, todas. En educación hay lo que se llama educación sistemática que es la educación programada, planificada; la escuela, el colegio y posteriormente la universidad. Y hay lo que se llama educación asistemática que es esto que la sociedad porque existe por acción de

presencia educa. Muchas de las cosas que ustedes hacen, dicen las asumen o porque las aprendieron de la sociedad o porque rechazan cosas de la sociedad; luego la sociedad en sí como tal es educadora de los jóvenes, educadora en el sentido de marcar pautas, caminos positivos o negativos. Ahora ¿Quiénes? Básicamente a familia, la escuela, el colegio, el ministerio de cultura, los organismos seccionales, los municipios debería tener programas para jóvenes, obviamente los medios de comunicación.

¿Qué factores intervienen en el proceso de cambiar y orientar culturalmente a los jóvenes de 15 a 17 años?

En primer lugar yo estoy tan segura de que deban cambiarlos, porque no siempre, los jóvenes de 15 a 17 años también tienen valores y propuestas culturales buenas, positivas; lo que pasan es que son propuestas distintas de lo que estamos acostumbrados. Entonces a veces no se trata de cambiarlos sino de darles un espacio, orientarlos, ayudarlos a que desarrollen.

Por ejemplo: hay muchos jóvenes que están reunidos sus grupos musicales, hay unos que son muy buenos y otros que son malísimos; pero hay una inquietud, una iniciativa. Hay jóvenes que componen sus canciones; hay unas que son buenas, otras que son espantosas; pero hay la inquietud, iniciativa a veces la vocación. Entonces no se trata de decir, ya basta rock! O basta de reggaeton! Ahora todos con san Juanito, no tampoco así, los jóvenes quieren expresar cosas y lo que hay que crearles espacio, porque tienen algo que decir que a lo mejor es importante para la sociedad y para ellos mismo básicamente; entonces yo no usaría por antonomasia de que todo de los jóvenes de 15 a 17 años debe ser cambiado, no. A lo mejor necesitan un espacio y condiciones para evolucionar con eso que proponen muy incipientemente a los 15 y 17 años, pero que podrían evolucionar en algo productivo, algo muy bueno. O sea no partamos desde que hay que cambiarles todo.

En el caso de aquí de El Universo, las áreas que traten desarrollar culturalmente, un espacio ¿podría ser el de la revista Mi Mundo?

Si, sino que esa por ejemplo está pensada como hasta los doce años.

Yo no sé, pero por ejemplo los jóvenes podrían utilizar mucho los espacios de la opinión de los lectores. Pero claro, si van a escribir, cuando yo llegue a mi casa, el periódico no lo va a publicar porque no va a entender lo que están diciendo, tienen que escribirlo en el lenguaje que la mayor parte de las personas entienden. Podrían utilizar esos espacios para hacer llegar sus opiniones, sus criterios.

Hoy en día está de moda el facebook, twitter todos estos portales, ¿se los utilizaría?

Claro, todos estos, por qué no. O los blocks que te permiten un poco más. Y claro que hay otras formas como la pintura, la música, murales.

Entonces nosotros nos encargaríamos de agrupar a esas personas para que desarrollen.

Para que desarrollen y se expresen. Si uno oye bien lo que dice el reggaeton hay unas cosas horribles, espantosas; pero alguno dicen cosas muy serias, importantes de escuchar y de saber ¿qué están pensando?. Nosotros tenemos aquí un curso vacacional, aquí en la fundación; un

curso vacacional que es para chicos entre 11 y 17 años, se los divide en grupos según la edad; y las cosas que los chicos son capaces de pensar, de decir y de producir a esa edad realmente es asombroso. Es asombroso, si se les da el espacio y se les ayuda a qué trabajen con un cierto método, con un orden es increíble. Acabamos de terminar uno y bueno los chicos aprendieron mucho de lectura y desarrollo del pensamiento, aprendieron baile, hicieron cosas de teatro; por ejemplo, yo me quede asombrada de lo capaces que fueron de hacer en cuatro semanas en baile y en teatro. En baile porque requería eso una capacidad de disciplina y de entrega porque bailar en grupo con movimientos coordinados, precisos; no es así nomás, tienes que empeñarte en hacerlo y lo hicieron muy bien. Y en teatro lo hicieron muy muy bien, ellos mismos escogieron los temas, ellos mismos hicieron los textos, ellos mismos representaron; hicieron cosas como el ceniciento, hicieron el cuento de la cenicienta al revés, entonces había ceniciento, padrastro, hermanastros; pero todo muy bien hecho, con sentido. Luego hicieron otra, de las consecuencias de las bromas pesadas, muy bonito, muy bien hecho y lo mejor, su propia capacidad y se comunican porque uno de los problemas que hay a esas edad es que no todos los chicos tienen facilidad para la comunicación interpersonal, peor con los medios; se ponen así (de espaldas a la persona que está a tu lado) y no se hablan entre ellos, aunque la tengas todo el día a lado, están cada uno por su lado. Entonces acá les decimos que olviden de eso, no existe y así descubren lo rico de la comunicación interpersonal.

Esos cursos, que dan ¿enseñan a desarrollarse mejor?

Depende de los objetivos, de ahí depende cómo lo haces, cuánto tiempo lo haces.

Y así mismo se contaría con los profesionales, personas especializadas en las áreas.

Claro, ahora nosotros tenemos para nosotros teatro de calle, la magia, son formas de expresión, no es el objetivo básico nuestro, el objetivo básico nuestro es que aprendan a comunicarse, que aprendan a expresarse; se llama Yo tomo la palabra, el curso. Ser capaces de tomar la palabra puesto que se puede tomar la palabra de mil maneras.

Gracias, ojala los haya ayudado, se puede conseguir.

Psicóloga Amelia Viera:

¿Cómo definiría usted el comportamiento de los jóvenes hacia la ciudad?

En este momento la sociedad, en especial aquí el Cantón Milagro se encuentra muy distorsionada por muchos factores; factores económicos, factores sociales, factores culturales; que están influyendo mucho en la familia y sobretodo en los jóvenes nuestros que carecen de valores sobretodo.

En el plano cultural ¿Cómo se definiría el comportamiento actual de los jóvenes?

Creo que en Milagro no hay eventos culturales que al joven especialmente le atraiga o le llama la atención; estamos viendo que el municipio esta haciendo recién con los niños pero a nivel de adolescentes aun no; porque no tienen donde pasar el tiempo distrayéndose d forma correcta.

Vemos que no hay motivaciones para los jóvenes de esta edad (15 – 17 años) por ejemplo no hay un grupo de teatro, no hay lugares donde les ensañen a los alumnos a pintar, a entretenerse y a aprender instrumentos musicales, es decir; n pueden desarrollar sus talentos por falta de estos medios; como ya les digo, es el municipio que recién se esta preocupando de los niños, pero de los jóvenes aun no, por eso es que los jóvenes están metidos en la discoteca, se están metiendo muy tempranamente con el alcohol, las drogas, y las enfermedades sexuales y los embarazos precoces.

¿Eso se convertiría en motivos básicos para que los jóvenes no muestren interés hacia la ciudad; den un mejoramiento cultural?

Claro, porque no hay el lugar donde nosotros los podamos motivar; por ejemplo los padres, no les podemos decir vayan acá, los vamos a matricular y vamos hacer que aprendan este arte, vamos a ir a tal lugar porque no hay aquí en Milagro el medio; incluso lugares para ellos hacer el deporte no lo tienen, porque si van a practicar algún deporte ¿qué pasan con ellos? En ese lugar hay la afluencia de personas con problemas de personalidad psicosociales que están afectando la formación de estos jóvenes. Creo que este seria un llamado, yo estuve anche en una conferencia (1 de marzo del 2011) en la cruz roja; en la cuales ellos iban a emprender un programa de ayuda para las adolescentes precoces, que se han embarazado; y en el cual están involucrando a todos los profesionales del cantón, empezando por el área de psicología, los médicos, abogados (para que los jóvenes tengan un apoyo y tengan una buen orientación y se eviten muchas situación difíciles en nuestra ciudad)

En este caso. Con la difusión y organización de actividades de parte en las instituciones en el área cultural ¿disminuiría la apatía de los jóvenes?

Habiendo fuentes de entretenimiento a nivel cultural y dentro de los planes de acción de esta institución, van hacer que todos los maestros encargados de los jóvenes de los colegios se encarguen de preparar verdaderos proyectos, que la juventud tengan cómo prepararse, cómo entretenerse en su tiempo libre, qué tiempo necesita para descansar, para realizarse como persona; porque muchos de nosotros nos desarrollamos como estudiantes como profesionales pero no según nuestras actitudes artísticas y a eso va encaminado este programa de

orientación que va a ver para los jóvenes empezando especialmente por todas las instituciones educativas a nivel de educación básica y de bachillerato.

Adecuar un desarrollo cultural que se refleje en la sociedad. ¿Será que los jóvenes con la intervención de estos proyectos de iniciativa mejoraría esta situación?

Indudablemente que nuestros jóvenes cambiarían, los padres retomarían a sus hijos y la sociedad poseería jóvenes de muchos talentos artísticos; si implementamos verdaderamente un centro de arte; como el que esta proyectado aquí para la Universidad; ojala que se de con el tiempo, se realice este gran proyecto porque también la Universidad está haciendo un poco de cultura con los jóvenes.

La etapa clave de los jóvenes en las personas....

Es importante, es la definición de su personalidad, porque el niño crece con su familia y la familia es la que esta induciendo en la formación de valores, en su carácter, su temperamento; pero ya es en esta edad de los 15 a 17 años empezamos a definir nuestra personalidad y si en este momento no se le brinda la ayuda apropiada; ¿qué pasará con estos jóvenes? Tomaran los malos caminos, se presentaran los grandes problemas sociales de los cuales en ese momento no sabemos ¿cómo hacer? Pero nos toca a nosotros la responsabilidad como profesionales es trabajar en el campo de la prevención, trabajando con los padres a nivel de las escuelas primarias

Donde puedan dar todos los valores a sus hijos, para que cuando ellos vayan al colegio, cuando vayan a la educación básica; esos jóvenes no se descarríen, no tomen caminos equivocados, que no se redunden los problemas que tenemos en estos momentos.

En ese sentido, el rol primordial de los jóvenes en una sociedad ¿cuál sería?

Si los jóvenes estuvieran formados ¿Qué pasarían con ellos? Deberían ser excelentes frutos de su familia. Serian jóvenes muy serviciales a la sociedad.

¿Será que teniendo estos conceptos así de los jóvenes, que ellos consigan tener este concepto claro. Sera que mejorarían las áreas políticas, educativas en la sociedad?

Si formamos al niño, si estamos formando al joven; tendremos en el futuro los políticos ideales, os gobernantes adecuados para nuestro país, los profesionales y los padres de familia del futuro que serian lo mejor para la sociedad.

¿El poco desarrollo urbanístico de Milagro, es un factor que impide que los jóvenes se identifiquen con la urbe? Es decir el avance en obras, todo eso, será que eso influye en el desempeño de tener una identificación con la ciudad de parte de los jóvenes.

O sea la falta de lugares donde se den los momentos de cultura para ellos.

Que se preocupen por dar a los jóvenes lugares adecuados donde puedan hacer ellos el desarrollo de sus actitudes especialmente artísticas, culturales y así mejorarían en su formación.

El papel que deben de tomar los medios de comunicación para influir valores en los jóvenes ¿cuán determinante es?

Esta es una de las grandes responsabilidades que tiene el comunicador social, puesto que es el formador de juventudes, es el formador de sociedades, es el que esta haciendo prevención, es el que esta dando consejos a través de la información diaria que da, a través de cualquier medio; es el orientador, por eso debe estar muy bien preparado con estos problemas sociales para poder llegar a los jóvenes, saber como hacer para que los jóvenes se interesen en la lectura o que se interesen por escuchar las cosas buenas.

¿Una correcta opinión pública permitiría el desarrollo intelectual de los jóvenes? Es decir a través de los medios de comunicación direccionar información que permita orientarlos.

Ustedes como comunicadores, buscar profesionales adecuados que transmitan el mensaje y que llegue a los jóvenes para inducirlos.

¿A través de los medios se puede conseguir eso?

Claro, ustedes saben que a través de los medios de comunicación se consigue mucho si lo hacemos de una manera positiva, buscando lo profesionales adecuados y los medios que a los jóvenes les agrada porque tenemos que estar a la par con ellos, con su forma de ser, a la demanda de sus interés, porque no solamente podemos buscar lo nuestro sino que debemos de buscar los interés de ellos también.

O sea el interés colectivo, es decir ellos son parte de la sociedad.

¿Cómo lograr un compromiso adecuado entre los jóvenes y la ciudad?

Realizando verdaderos programas de motivación a los jóvenes a través de la comunicación, a través de programas, a través de eventos que satisfagan sus necesidades; solamente así nosotros podemos estar con ellos, respetándoles sus inquietudes, su edad propia, sus necesidades.

Hoy en día el Internet es un factor importante en los jóvenes ¿será que por medio de eso se pueden conseguir esos cambios?

La comunicación que nosotros la llevemos, se de cualquier manera; no verbal, escrita; es la que le interesa a nuestro joven y el comunicador tiene que saber cómo llega hasta estos jóvenes para poderlos incentivar, para poderlos motivar a inducirlos a programas de cultura que van a ir en el bien de ellos y en bien de la sociedad en la que vivimos.

¿Eso se lo podría definir como los medios que nosotros debemos de utilizar para conseguir todo ese progreso cultural en los jóvenes?

Es así, se puede inducir, motivar al joven valiéndose de los medios de comunicación, a través de cualquier medio. El joven mientras ve, mientras escucha, mientras siente, el aprende más y se motiva. Orientándoles con la verdad, con verdaderos principios y respetando sobretodo la individualidad de ellos, porque nosotros no podemos imponer; al joven no le gusta que se le imponga. Al joven hay que invitarlo, incentivarlo, motivarlo y escucharlo sobretodo.

Sociólogo Víctor Hugo Maridueña

¿Por qué la Opinión Pública varía de una década a otra?

Bueno porque son las distintas formas de interpretar que tiene la humanidad, el hombre desde el punto de vista de la concepción, tiene distintas formas de valorar, la conducta y el comportamiento del ser humano, lo característico y lo que es notorio en las generaciones que vamos viendo nosotros, el comportamiento cada vez del ser humano responde al mecanismo que se pone de moda en un contexto, por ejemplo; actualmente domina la tecnología, y todo en función de las tecnologías es quien despeja las inquietudes de la juventud, ejemplo; la juventud del día de hoy, todas responden a ese aparatito que cargan aquí ustedes (celulares). Entonces, esto es lo que enmarca la comunicación, enmarca el contacto social, enmarca patrones de comportamientos sociales; porque todo se orienta y se dirige hacia el impulso de la tecnología.

¿La tecnología influye en el comportamiento de una persona?

Bueno naturalmente, porque el comportamiento social del ser humano, responde a las características, a las exigencias que imponen una sociedad, que impone un grupo, que imponen los patrones de comportamiento social.

Esa información, está mal direccionada, el comportamiento de las personas puede variar, entre mejorar y no mejorar.

Mire hay factores que determinan el comportamiento universal del hombre, así responde el comportamiento social del hombre. Son tres los grandes factores que determinan. Así se trate de recuperar la moral del hombre, cada vez disminuimos más los valores humanos, sin embargo tenemos nosotros un efecto contrario a lo que debería lograrse y los resultados deberían ser diferentes.

Dichos factores, están determinados porque los recursos a nivel mundial están mal repartidos; se ve que de las tres partes que se divide el mundo. Un tercio vive en suma pobreza, el otro tercio vive en la pobreza y un tercio vive en la riqueza. Entonces se puede comprender que los dos tercios del mundo viven en un ambiente de crisis, de desigualdad, de pobreza, de donde se generan las causas de los efectos sociales.

Provocado por los dos factores, los dos factores son destructibles y terminantes en la conducta y el comportamiento social, mientras no se equiparen, no exista una mejor masa equitativa re-participación de recursos en el mundo, cada día se irán dando mayores problemas y consecuencias que se darían.

¿Cuáles serían los motivos básicos por lo que los jóvenes no muestran interés hacia la ciudad, de milagro. Por qué lo sociocultural en los jóvenes, no llama tanto la atención?

Pueden darse cuenta que desde el aspecto de vista, Los atractivos, son los que llaman la atención a los jóvenes. La juventud tiene interés, todo lo que es del momento, lo que se vive en la actualidad, en la realidad que permita satisfacer lo que necesiten.

Los atractivos de una ciudad es la fuente de trabajo, las industrias, las empresas, lo que genera actividad, lo que genera trabajo, esto es el factor que atrae, que arrastran los flujos migratorios con la ciudad y los atractivos dentro de la urbe, si hay fuentes de trabajo hay el atractivo para que las generaciones, para que los jóvenes busquen una actividad en una determinada rama y tengan una ocupación; si no hay o no se crean, están saturados, el campo de trabajo y no hay ese atractivo.

Ahora aquí en milagro, hay ese atractivo?

En Milagro no, en Milagro lo que hay es una empresa grande, una empresa industrial que es Valdez, otras fuentes de trabajos que permite que el resto de ciudadanos se dediquen al comercio, y también a las producciones.

Ese es el gran problema que afronta la Universidad Estatal de Milagro, que ya lo han previsto aquí las autoridades. ¿Qué hace la autoridad estatal de Milagro? Prepara recursos humanos para la sociedad, pero esta es la oferta que hace a universidad pero no se proporciona la demanda. El mercado laboral, la demanda laboral, no responde a la oferta que hacen los recursos de la universidad.

Hablando de un nivel de jóvenes de 15 a 17 años, ¿cuál es el rumbo que debe tomar? el pensamiento de ellos ¿cuál sería el atractivo sociocultural para ellos? desarrollen una característica como cultura, para que ellos sean los que originen una identificación milagreña.

Habría que crear un sentimiento localista que los arraigue a ellos dentro de la sociedad milagreña, pero para eso necesitan crear iniciativas para que la juventud tenga la oportunidad.

Un incentivo muy bueno es la formación, tienen la alternativa de escoger la formación superior.

¿Con la difusión y organización de actividades socioculturales disminuiría la apatía de los jóvenes?

La apatía social, la juventud ahora tiene muchas distracciones, la principal puede ser la discoteca. Lo más importantes es analizar la atención, la predisposición y la voluntad del joven, hacia causas positivas para el desarrollo individual y personal de ellos. Se lo puede lograr cuando existan otras alternativas que le permitan al estudiante poderlo hacer y desarrollar el pensamiento en toda su capacidad. Por ejemplo; la música, la juventud se dedica muchísimo a esto. Otra de las formas es creando otras alternativas, que permitan desarrollar a través clubes, club de periodismo, en el aspecto deportivo.

¿Otro aspecto que podría ser la lectura?

Naturalmente, pero son iniciativas que debe tomarla alguien.

¿Cuál sería el motivo por que el desarrollo cultural en los jóvenes no ha permitido un progreso acertado y adecuado en la sociedad?

La juventud está formándose, la juventud esta capacitándose, esto en lo que respecta a la educación y una parte a la cultura. Yo le diría que lo que ha había es despreocupación por el

desarrollo de la cultura, porque el día de hoy la educación de todo mundo es gratis, todo mundo ahora estudia escuela, colegio, universidad, todo mundo se prepara.

Desde el punto de vista personal la cultura promueve y desarrolla los valores en el individuo, se ve que hay una ausencia de valores en las generaciones actuales y esa crisis de valores se debe profundamente a que se ha descuidado y no se ha desarrollado los valores; ahora no se lee, ahora no se escribe; se ve que hay una ausencia en la producción intelectual y eso es precisamente porque todo el mundo se prepara y se capacita y lo que quiere ir es de inmediato buscar una ocupación y nada más; pero en el aspecto de la cultura se ha descuidado, en el aspecto cultural nadie incursiona hacia las actividades del pensamiento.

Estas actividades que se generan en los jóvenes de la ciudad, ¿cuál es la importancia? ¿en qué beneficiaría a la ciudad?

Mire el desarrollo cultural, el desarrollo educativo permite el desarrollo de recursos humanos de una sociedad, lo individual, el desarrollo individual permite y logra el desarrollo social y viceversa; si nosotros logramos conseguir transformar y desarrollar al hombre vamos a lograr el desarrollo de la sociedad, y si conseguimos el desarrollo de la sociedad vamos a tener un mejor resultado en la formación del hombre individual-

¿Cuál es el rol de los jóvenes para el desarrollo sociocultural de una ciudad?

El rol es la función, la participación, el papel que va a desempeñar el joven; tiene una gran responsabilidad, y esa responsabilidad tiene que aprenderla a asumir y esto es precisamente cuando el joven tiene que enfrentar las expectativas sociales, las nuevas expectativas sociales y los retos sociales. Se puede crear en Milagro, pero no hay liderazgo, yo no veo valores en ellos, no quiero desmerecer pero no veo valores juveniles. Milagro no es una ciudad cultural.

¿A qué se debe esto?

Porque no se ha promovido el desarrollo de líderes estudiantiles, líderes juveniles dentro de la sociedad. El estudiante, el joven está dedicado a otras cosas, a otras distracciones.

Como resultado la culpa es formativa-educativa.

Mire yo no sé, le tienen miedo a los líderes, yo veo que le tienen miedo a los líderes, a la formación de líderes tanto a nivel medio como a nivel superior, este temor es porque esta mal canalizado, mal orientado la formación de líderes porque así surgen líderes equivocados. Son pseudo-líderes, en este sentido, es necesario encausar la solución de verdaderos líderes. El líder no nace, se crea, se hace, se forma; entonces aquí viene la gran tarea de la formación de líderes. Todos tenemos un líder dentro, lo tenemos escondido, solo tenemos que desarrollarlo, pero esa tarea, nadie se dedica a eso.

¿EL POCO DESARROLLO URBANISTICO DE MILAGRO, ES UN FACTOR QUE IMPIDE QUE LOS JOVENES SE IDENTIFIQUE CON LA UBRE? EL POCO DESARROLLO DE LA POBLACION, DE LA SOCIEDAD.

Mire una cosa es el desarrollo urbanístico. El desarrollo urbanístico de Milagro es bien anérgica. Entonces desde ese punto de vista, ustedes dividan Milagro, focalice Milagro; el caso

central y ahí vea que todo es periférico, todo es barrio suburbano, todo es zona marginal, también cinturones de (...) entonces desde ese punto de vista, yo no le veo un gran empuje de desarrollo urbanístico a Milagro, lo que hemos visto son ciertos cambios nada más que se han producido, pero de ahí un desarrollo arquitectónico o urbanístico de Milagro no, no existe.

Entonces ese desarrollo que se pretendería implementar, permitiría el desarrollo en los jóvenes o sea que de los jóvenes se involucren con la ciudad.

Cuando decimos que se identifiquen, estamos hablando de un sentimiento, que ha desaparecido y que no existe ahora; eso se llama el milagreñismo, que es el amor a la ciudad, es un sentimiento o patriotismo local, que lo hubo dentro de los años cincuenta, o mil novecientos sesenta. Milagro era pequeño y el acercamiento población que había aquí respondía a grupos de familias que eran milagreñas; familias auténticamente milagreñas.

Entonces esa gente vivía y sentía su milagreñismo; se hablaba siempre del milagreñismo. Desde aquella época yo era muy niño y era viva la solvencia de Milagro; siempre en las fiestas y en los bailes se decía que viva la provincia de Milagro y eso era auténtico. Hubo mucha migración, habido mucha corriente migratoria desde la sierra y otras provincias. La población que se ve ahora en Milagro, ya no es el milagreñismo que es producto de esa migración o de recientes migraciones que han venido y que se han quedado aquí en Milagro. Los verdaderos Milagreños ya no existen, ya no están aquí, ya murieron, se fueron de aquí. Todo milagreño piensa siempre ir a vivir a Guayaquil.; los milagreños se fueron a vivir al exterior, se fueron a trabajar al exterior y se quedaron en el exterior. Y las generaciones que vivieron el milagreñismo de sesenta, setenta, ochenta o noventa años atrás todos han marchado.

Aquí en Milagro es un desarrollo comercial y un desarrollo agrícola; ese es el resultado de lo que es Milagro; Milagro es el resultado de ese producto, primero del desarrollo agrícola y luego viene el desarrollo comercial y una consecuencia del desarrollo comercial y en esto tiene que ver muchísimo, tiene que ver bastante el Ingenio Valdez, entonces ¿qué es lo que pasa? Que hubo un atractivo muy bueno del Ingenio Valdez, y eso atrajo mucha influencia de corrientes migratorias internas o sea de una región a otra región; como de la sierra a la costa o sea acá a Milagro sobretodo en la época de zafra, para esto vienen de otras provincias y se han quedado. Vean el árbol genealógico y estudien la procedencia de una familia, la mayoría son de afuera.

¿Será posible que en milagro se pueda desarrollar en los jóvenes una identidad propia de la localidad?

Es necesario desarrollarla, hay que crear una conciencia localista y para crear un amor anterruño (algo así dice aquí), la conciencia localista, es necesario promover una cohesión social, promover una unidad social, y más que nada una unidad social y más que nada una formación en la conciencia y en valores para que el joven sienta, tenga y viva el amor a su tierra. Eso no se ha formado aquí en las escuelas; es necesario, tiene que desarrollarse.

¿Qué papel deben tomar los medios de comunicación para influir valores en los jóvenes?

Bueno, medios de comunicación aquí la ciudad se milita a cuatro emisoras que hay, y lo que hay es dos periódicos semanarios, y que todo lo hacen desde el punto de vista comercial. La emisoras se dedican a sobrevivir del aspecto comercial, los canales de televisión igual.

No se ha centrado entre los fines que prosiguen la comunicación y la aportación de valores de la juventud. Deberían promover programas culturales a la formación de estos valores. Los medios de comunicación son eminentemente comerciales, no son culturales.

¿Una correcta Opinión pública permitiría el desarrollo intelectual de los jóvenes?

La opinión pública es algo anónimo. Es bastante difícil poner una opinión orientada, porque se necesita una gran tarea, una gran labor para poder unificar las ideas, los criterios dentro de un conglomerado social, para predestinar, orientar hacia la juventud, con la niñez.

Recoger los conceptos, recoger los criterios; eso es opinión pública, opinión pública es la suma de criterios que tiene un conglomerado social, un grupo social. Los medios de comunicación es un valioso medio pero si hay alguien que tenga realmente la capacidad poder tener esta habilidad, se lo podía conseguir.

¿Cómo lograr un compromiso entre los jóvenes y la ciudad?

En la juventud es necesario crear aspectos que le permitan el desarrollo y la formación de él, para que él pueda identificarse con las instituciones sociales, instituciones culturales que hay. Si no hay ninguna identidad que se establezca la afiliación del joven con estos organismos que hay dentro de la sociedad dentro de la ciudad. Por ejemplo: ahorita ocho mil estudiantes han creado su nexos, con la universidad estatal de Milagro, es lo único que hay, que más podrían observar, dentro de la formación artística de aquí. Sí, yo me refiero a otros centros de formación, no solamente la universidad. Póngale usted una Escuela de Bellas Artes, dirigido para que la juventud tenga otras alternativas de formación de otro aspecto, entonces vamos viendo nosotros que se va diversificando la formación del hombre y eso le crea al hombre una identidad. Por ejemplo: La sinfónica estudiantil; aquí no hay ¿verdad? ¿Hay alguna otra institución social o educativa?. Nosotros somos una ciudad en formación cultural nada más.

¿Esto se podrían llamar como medios para conseguir llegar a los jóvenes para que desarrollen cultura?

Yo confié mucho, yo creo mucho, yo hace muchos años he escrito editoriales para varios periódicos entre ellos para diario expreso y es importantísimo que los medios de comunicación se encarguen de canalizar el desarrollo en los niños, en la juventud. Miren como lo hacen en diario El Universo en Guayaquil, miren como canalizan la orientación del joven, así aspectos tan importantes como concursos de distintas ramas de las ciencias; concurso de física, de matemáticas, además de tener grandes valores en el fútbol, las escuelas de fútbol, todo esto quien lo tiene? Un solo medio de comunicación en Fundación El Universo. Un medio de comunicación así en Milagro, tendría mucho para canalizar.

Claro, lo va a conseguir; son doscientos mil habitantes que tiene Milagro y de aquí esta juventud, no tiene nada que hacer, entonces justamente por eso le iría muy bien.

Con las nuevas tecnologías que existen como el internet u otro medios como simposios, talleres, vallas o sea mensajes que se publican en distintos lugares ¿serian medio para conseguir algo con los jóvenes?

Claro, así es la Escuela de Bellas Artes, está el desarrollo todo esto. En Quito existe la facultad de ciencias artísticas, donde entra todo esto. Todo esto está dentro de la publicidad.

Hay una gran verdad, los recursos humanos se preparan dentro de una sociedad para ajustarlos a los medios. Todos nos preparamos y formamos a la juventud para que esté al servicio del sistema.

Falta talentos, iniciativas que se preocupen de encausar mejor la preparación y la orientación que deberían tener las nuevas generaciones, pero eso demanda formaciones que apliquen a la juventud, pero aquí en Milagro no hay; la gente se preocupa de ver por donde tener dinero, utilidades, bienes, eso es lo que les interesa pero el resto no le preocupa. Esos son desarrollos que van dando de acuerdo como va transformándose, como va operando el desarrollo productivo. No se olviden que nosotros estamos dentro de una sociedad de consumo. Contra esto es difícil luchar o sea contra el consumismo, esto ya va dentro de la globalización.

Entrevista Lcdo. Antonio Muñiz

¿Cómo influyen las políticas en los comportamientos sociales de los jóvenes?

Haciendo un análisis un poco profundo, yo pienso que en cierta forma, la política no está influenciando como debe de ser a los jóvenes, porque hay un total desconocimiento en el aspecto ideológico de las diversas corrientes políticas, entonces es lamentable.

De adolescentes que sería lo ideal que comiencen a interesarse en esa época de cómo analizar las diferentes tendencias políticas, en eso la misma estructura del estado está fallando porque si encáuseseme a esa fuerza que tiene y a esa manera innata de reaccionar que tiene el adolescente que quiere cambiar al mundo, que está en contra de las injusticias es la situación social que si fueran mejor direccionada serían lo ideal. Hablar de higiene, hablar de salubridad, esto se ha ido dando de una manera lenta porque la situación misma del cabildo no ha permitido cierta forma y porque de otra manera los habitantes de Milagro somos reacios al cambio; sería ideal por ejemplo: si un cambio importante en el aspecto de la salubridad. Recoger la basura, usted ven que a pesar que el municipio, hace esfuerzos (y no estos alabando al municipio porque esa es la obligación de ellos) se esfuerzan, ha aumentado el número de recolectores, pone horarios, pero la gente después que pasa el recolector bota la basura; viene los perros y otros animales y desbaratan esas fundas y se ve un feo aspecto. Entonces, yo no sé si ustedes han visto en los desfiles, después de los desfiles, van los trabajadores al día limpiando, pero de qué sirve si al día siguiente los mismos ciudadanos ensucian las calles.

Dicen que cuando a alguien le golpean el bolsillo es cuando más le duele.

¿Cómo puede originarse el desarrollo de una sociedad a través de los jóvenes?

En primer lugar, les vuelvo a repetir es tarea del estado; si a los jóvenes no los encausamos normas y a una convivencia armónica, una convivencia de bienestar, una convivencia pacífica a base de la educación no se va a lograr nada. La educación es lo fundamental sino nosotros no educamos, sino nos preocupamos de educar, no de instruir porque una persona puede saber mucho de cualquier asignatura, de cualquier tema pero eso no significa que sea educado. Educado es además de haberse cultivado su mente en la ciencia, en la tecnología; sabe respetar el ambiente social.

En Milagro ¿cuál ha sido el mayor problema para desarrollar una cultura identificada con la población?

En realidad las organizaciones sociales no han hecho casi nada por ellos, entonces nosotros si nos sentimos orgullosos de ser milagreños pero no sabemos ¿por qué? No nos han enseñado a conocer y a ser orgullosos de nuestras raíces; no sabemos ni siquiera algo sobre el folclor, de nuestra idiosincrasia. Las instituciones que tienen que ver con esto son las instituciones educativas empezando por las escuelas, pasando por el colegio y naturalmente luego la universidad. Porque si el político no es honesto el momento que está ejerciendo el cargo para el que lo han elegido y hace todo lo contrario a lo que ofreció, entonces la colectividad comienza a desconfiar y comienza a tener toda una serie de resentimientos porque voto por esa persona, es porque le ofreció algo, que iba a mejorarlo y no lo cumple; entonces el político

debe ser transparente, el político debe ser honesto. Olvidarnos de aquella frase tan lamentable *“Roba pero hace obras”* entonces, debe ser obras pero no robar; porque el pueblo le ha dado un mandato es para que lo sirva, no para que lo extorsione ni para que escatime su trabajo.

¿Cuáles son los proyectos a corto, mediano y largo plazo para lograr el mejoramiento social en los jóvenes?

Esto tiene que ser una planificación, pero una planificación bien meditada luego de hacer una serie de investigaciones en el ámbito psicológico, en el ámbito social, en el ámbito económico t en el mismo ámbito político, entonces sacando las conclusiones adecuadas poder estructurar un proyecto de vida que vaya encausando a los jóvenes hacia metas donde la sociedad comience a mejorar. Si solamente son manifestaciones emocionales de hacer una cosa, pero si no tienen sustento científico y no tienen una proyección a futuro eso no sirve para nada.

¿El plan de desarrollo humano será una iniciativa?

Es un proyecto muy interesante pero ahí el gobierno tiene que dedicarse a invertir, no a gastar sino a invertir. Gastar es derrochar la plata sin ningún provecho, invertir es entregar dinero para que se hagan proyectos, para que se hagan estudios, para que se hagan realidades que después mejoren a la sociedad. Entonces desde el punto de vista filosófico es muy interesante, ahora hay que ver como el estado lo va a llevar a la práctica.

¿Las autoridades de la ciudad han hecho o tienen planes así?

Si le podría mencionar uno: El plan de agua segura; ya Milagro ya no tiene esas redes que se reventaban y entraba tierra, colibacilos que infectaban el agua que tomamos, pero inclusive el sistema de prevención de inundaciones de limpieza de canales, hay una preocupación pero eso no es todo.

Hablando un poco del mejoramiento social en los jóvenes, es decir programas que se hagan para incentivar, orientarlos a coger carreras, incentivarles a que lean.

Bueno hay si hay que resaltar lo que hacen otras partes. El Simposio de la universidad que hubo el jueves y viernes pasado, 21 y 22 de febrero del 2011, yo les decía que la información y la comunicación es fundamental en el desarrollo de la colectividad; si se informa bien se informa con veracidad, se informa con buena intención, entonces el ciudadano de a pie que somos nosotros, va a tener un conocimiento de la realidad que está ocurriendo en esa colectividad, en ese sector, en esa población pero si se, pero si se dicen otras cosas que no son la realidad, entonces vendrán nuevamente las frustraciones y no habrá ningún progreso en reacciones negativas y retrocesos.

¿Y será qué hasta el momento los medios de comunicación, de los que existen aquí en la ciudad ¿van por esa línea?

Discúlpeme pero yo no he visto, usted coge un periódico y si lo exprime lo que sale es tinta roja, se habla es de crímenes de muerte, de asaltos; pero no hay columnas que sean orientadores hacia el mejoramiento y el comportamiento del individuo, sería lo ideal.

¿La políticas cómo están reaccionando frente a estos fenómenos para desarrollar

es decir acciones que se tomen frente a las nuevas tecnologías?

Maneras de buscar el encausamiento, el desarrollo de una determinada organización, un determinado grupo social; entonces lo importante es que las tecnologías estén al servicio del desarrollo del ser humano y eso no se da ni a nivel local, ni a nivel nacional, ni a nivel mundial; las tecnologías en este momento están buscando cómo captar más dinero, hacer más dinero pero olvidándose del elemento fundamental que es el ser humano.

Las políticas muestran interés en los actos socio-culturales dentro de una ciudad, ¿de qué manera? ¿cómo se las ejecutar? y ¿en qué tiempo?

En este mundo que la tecnología lo ha hecho más chiquito, lo ha reducido que es plano, estamos influenciados y nosotros sabemos lo que está ocurriendo en Japón o está ocurriendo en Shanghái o está ocurriendo en Oceanía; entonces requiere que la colectividad trabajen acertadamente en forma cooperativa, en forma colaboradora porque puede ser una organización que tenga toda la buena voluntad pero si es aislada llegara a un nivel de personas muy pequeño, en cambio si son todas las organizaciones de una colectividad las que empujan, las que se compagan, las que colaboran una con otra para que haya un trabajo mancomunado; entonces de esa manera si se puede hablar de un desarrollo para que los jóvenes tengan otro pensar.

