



**Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO  
CARRERA PERIODISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
LICENCIADA EN PERIODISMO**

**TEMA:**

**Las revistas juveniles en la formación de adolescentes de  
bachillerato general unificado.**

**Tutora:**

**PhD. García Negrín María Teresa**

**Autora:**

**Reyes Herrera Cástula Carolina**

**Guayaquil, 2016**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

La señorita **Reyes Herrera, Cástula Carolina**, declara bajo juramento que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a los suscritos y se responsabiliza con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo el derecho de autor a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece por la ley de propiedad intelectual, por su reglamento y normatividad institucionalidad vigente.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar la temática sobre **“Las revistas juveniles en la formación de adolescentes de bachillerato general unificado”**.

Autora:

Reyes Herrera Cástula Carolina

C.I. 093081611-1

### **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DE LA TESIS**

Yo, María Teresa García Negrín, en mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y analizado el Proyecto de Investigación con el tema: “Las revistas juveniles en la formación de adolescentes de bachillerato general unificado”, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al título de:

Licenciada en Periodismo

Presentado por: Reyes Herrera Cástula Carolina

Tutora: PhD. María Teresa García Negrín

---

**CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO****Urkund Analysis Result**

**Analysed Document:** CAROLINA REYES 02.11.16.docx (D23069818)

**Submitted:** 2016-11-06 21:11:00

**Submitted By:** mgarcian@ulvr.edu.ec

**Significance:** 1 %

Sources included in the report:

TUTORIA FINAL PRIMER PARCIAL.docx (D16708286) 2 encabezado.docx (D22384183)

Instances where selected sources appear:

2

## REPOSITORIO



## **REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **FICHA DE REGISTRO DE TESIS**

**TÍTULO Y SUBTÍTULO:**

“ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE LAS REVISTAS GENERACIÓN 21 Y COSMOPOLITAN EN LA FORMACIÓN DE LAS ESTUDIANTES DE BACHILLERATO GENERAL UNIFICADO DE LA UNIDAD EDUCATIVA FISCOMISIONAL “SANTA MARÍA MAZZARELLO”.

**AUTOR/ES:**

CÁSTULA CAROLINA REYES HERRERA

**REVISORES:**

PhD. GARCÍA NEGRÍN MARÍA TERESA

**INSTITUCIÓN:**

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE  
DE GUAYAQUIL

**FACULTAD:**

CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

**CARRERA:** PERIODISMO

**FECHA DE PUBLICACIÓN:**

**N. DE PAGS:** 92

**ÁREAS TEMÁTICAS:**

COMUNICACIÓN

**PALABRAS CLAVE:**

CONTENIDO - REVISTAS - FORMACION - ESTUDIANTES

**RESUMEN:**

El presente informe de trabajo de titulación, reúne los resultados alcanzados en el estudio que realizó la autora acerca del tema “Las revistas juveniles en la formación de

adolescentes de bachillerato general unificado”, a partir de plantearse la situación problemática en torno al cuestionamiento sobre los contenidos que deben publicarse en una revista dirigida a adolescentes; los elementos a tener en cuenta para promover la lectura de medios de comunicación escritos y la manera en que influye el contenido de una revista en la formación de las estudiantes; considerando, particularmente las Revistas Cosmopolitan y Generación 21 y delimitando el estudio a las estudiantes de bachillerato general unificado de la Unidad Educativa Fiscomisional “Santa María Mazzarello”. En el desarrollo del proceso investigativo se sistematizó la teoría sobre la comunicación y las revistas como medio comunicacional, considerada el sustento teórico del tema, y también se aplicaron diferentes métodos investigativos, desde el análisis-síntesis; el inductivo-deductivo y aquellos de carácter empírico, entre ellos la encuesta, la entrevista y el estudio documental, que propiciaron diagnosticar el estado real del problema y su corroboración. De ese modo, y fundamentado en el marco legal correspondiente, se logró dar cumplimiento al objetivo general de la investigación, al efectivamente analizar la influencia de estas dos revistas en la formación de las estudiantes de la Unidad Educativa seleccionada. Este resultado es apreciable, dada la importancia de los medios de comunicación en función de mejorar sus prácticas y la gestión comunicacional en dirección hacia el desarrollo cultural de la ciudadanía.

|                                    |  |  |
|------------------------------------|--|--|
| N. DE REGISTRO (en base de datos): | N. DE CLASIFICACIÓN:                   |  |
| DIRECCIÓN URL (tesis en la web):   |  |  |
| ADJUNTO URL (tesis en la web):     |  |  |
| ADJUNTO PDF:                       | SI <input checked="" type="checkbox"/> | NO <input type="checkbox"/>  |
| CONTACTO CON AUTORES/ES:           | Teléfono:                              | E-mail:  |
| CASTULA CAROLINA REYES HERRERA     | 0982310934                             | <a href="mailto:Carolinareyesh91@gmail.com">Carolinareyesh91@gmail.com</a> |

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| CONTACTO EN LA INSTITUCION: | Nombre:<br>MSC. WASHINGTON VILLAVICENCIO SANTILLAN<br>DECANO<br><br>MSC. AMALIA GABINO NEVAREZ PERIODISMO<br>DIRECTORA                                     |
|                             | Teléfono: 2596500 EXT. 249 DECANO<br><br>DIRECTOR DE PERIODISMO 251  |
|                             | E-mail: <a href="mailto:wvillavicencios@ulvr.edu.ec">wvillavicencios@ulvr.edu.ec</a><br><br><a href="mailto:agabinon@ulvr.edu.ec">agabinon@ulvr.edu.ec</a> |

## AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios ya que por su infinita misericordia ha permitido que concluya este proyecto de forma satisfactoria. En segundo lugar, agradezco a mi tutora PhD. María Teresa García Negrín por su esfuerzo y dedicación. Sus conocimientos, sus orientaciones, su manera de trabajar, su paciencia y su motivación han sido fundamentales para mi formación como investigadora.

A todos los especialistas y docentes que han colaborado en esta obra de parte de la tutora y autora.

Al Grupo de Danza de la Universidad Laica dirigido por la MSc. Isabel Cristina Ballén Andrade y a todos mis compañeros que contribuyeron en mi formación como estudiante y persona.

A mi padre por su apoyo económico.

*Carolina Reyes Herrera*



## DEDICATORIA

La presente tesis se la dedico a mi madre quien estuvo apoyándome en cada paso que daba, por sus consejos y recomendaciones, por su desvelo para que terminara una tarea o estudiara para los exámenes, por cada noche de riesgo esperando mi llegada de clases por su amor y valentía. En fin, gracias por su comprensión, por ser la mejor madre del mundo, la que me dio todo sin pedir nada... *Gracias Mamá*

A mi papá porque sus consejos me ayudaron a tomar las decisiones correctas, porque su esfuerzo ha hecho que no me falte nada y porque su amor ha sido incondicional y a pesar de la distancia siempre estuvo presente en cada paso que daba.

A mis hermanos por estar siempre presentes, acompañándome.

A mi familia en general que gracias a su apoyo de una u otra manera pude concluir mi carrera, por su apoyo y confianza en todo lo necesario para cumplir mis objetivos como persona y estudiante.

*Carolina Reyes Herrera*

## RESUMEN

El presente informe de trabajo de titulación, reúne los resultados alcanzados en el estudio que realizó la autora acerca del tema “Las revistas juveniles en la formación de adolescentes de bachillerato general unificado”, a partir de plantearse la situación problemática en torno al cuestionamiento sobre los contenidos que deben publicarse en una revista dirigida a adolescentes; los elementos a tener en cuenta para promover la lectura de medios de comunicación escritos y la manera en que influye el contenido de una revista en la formación de las estudiantes; considerando, particularmente las Revistas Cosmopolitan y Generación 21 y delimitando el estudio a las estudiantes de bachillerato general unificado de la Unidad Educativa Fiscomisional “Santa María Mazzarello”. En el desarrollo del proceso investigativo se sistematizó la teoría sobre la comunicación y las revistas como medio comunicacional, considerada el sustento teórico del tema, y también se aplicaron diferentes métodos investigativos, desde el análisis-síntesis; el inductivo-deductivo y aquellos de carácter empírico, entre ellos la encuesta, la entrevista y el estudio documental, que propiciaron diagnosticar el estado real del problema y su corroboración. De ese modo, y fundamentado en el marco legal correspondiente, se logró dar cumplimiento al objetivo general de la investigación, al efectivamente analizar la influencia de estas dos revistas en la formación de las estudiantes de la Unidad Educativa seleccionada. Este resultado es apreciable, dada la importancia de los medios de comunicación en función de mejorar sus prácticas y la gestión comunicacional en dirección hacia el desarrollo cultural de la ciudadanía.

## ABSTRACT

The actual degree job report meets the results reached by the author about “The youthful magazines in the unified general secondary school teenagers’ formation”, from setting out the problems situation around the questioning concerning the content that should be published in a magazine directed to teenagers; the elements to keep in mind to promote the written media’s reading, and the way in which it has influence in the content of a student formation’s magazine; considering, particularly the magazines *Cosmopolitan* and *Generation 21*, and delimiting the study to the unified general secondary school’s students of the Treasury Missionary Educational Unit “Santa María Mazzarello”. In the investigative process’s development, it was systematized the theory about communication and the magazines as media, considered the topic’s theoretical support, and it were also applied different investigative methods, from the analysis-synthesis; the process of induction-deduction and some of those of empiric characters; such as, the poll, the interview, and the documental study, which promoted to diagnostic the real status of the problem and its corroboration. In this way, and based in the legal framework, it was reached to give fulfillment to the investigation’s general objective, when analyzing the influence of these two magazines in the students’ formation of the Educational Unit chosen. This result is appreciable, due to the importance of the media in order to improve its practices, and the communicational managing conducted to the citizens’ cultural development.

## ÍNDICE GENERAL

|   |        |
|---|--------|
| Declaración de autoría y cesión de derechos de autor  |        |
| Certificación del tutor de la tesis   |        |
| Certificado de antiplagio   |        |
| Repositorio   |        |
| Agradecimiento  |        |
| Dedicatoria   |        |
| Resumen   |        |
| Abstract  |        |
| Capítulo I. Marco general de la investigación.....  | - 2 -  |
| Capítulo II. Las revistas juveniles desde la concepción de la comunicación y la relación del contenido con la formación de adolescentes. .... | - 11 - |
| 2.1 El Periodismo, la comunicación y los medios de comunicación. ....   | - 11 - |
| 2.2 Las Revistas .....  | - 17 - |
| 2.3 La Educomunicación y consideraciones psicológicas sobre la adolescencia. ....   | - 21 - |
| 2.4 Marco conceptual.....   | - 30 - |
| 2.5 Fundamentos de la pertinencia del tema investigado. ....  | - 32 - |
| 3. Concernientes al ejercicio profesional: .....  | - 34 - |

|   |        |
|---|--------|
| Capítulo III. Resultados de la caracterización de las revistas y el nivel de asimilación de sus contenidos por parte de las estudiantes de bachillerato general unificado de la Unidad Educativa Fiscomisional “Santa María Mazzarello” . . . . . | - 37 - |
| 3.1 Análisis de la información obtenida por la aplicación de los diferentes instrumentos.....   | - 38 - |
| 3.2 Análisis y discusión.....   | - 51 - |
| CONCLUSIONES.....   | - 56 - |
| RECOMENDACIONES .....   | - 57 - |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....   | - 58 - |
| ANEXOS.....   | - 61 - |

## **CAPÍTULO I**

### **MARCO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN**

## **Capítulo I. Marco general de la investigación.**

### **Tema**

Las revistas juveniles en la formación de adolescentes de bachillerato general unificado.

### **Título**

“Análisis del contenido de las revistas Generación 21 y Cosmopolitan en la formación de las estudiantes de bachillerato general unificado de la Unidad Educativa Fiscomisional “Santa María Mazzarello”.

### **Planteamiento del Problema**

En todas las épocas los niños y niñas han jugado a ser mayores ya que solo así podrán realizar actividades que son prohibidas para su corta edad. Empiezan sustituyendo los juegos tradicionales por los equipos electrónicos y más adelante los cuentos de hadas por revistas juveniles.

En particular, una niña puede estar hoy jugando con una muñeca y mañana quiere maquillarse, empieza a admirar a chicos y hasta cambia su vestimenta. La sociedad, sus patrones y costumbres y en cierta medida los medios de comunicación, han contribuido al cambio en el comportamiento en ese período transicional de dejar de ser niños(as) para convertirse en adolescentes. Es así que el interés por convertirse en adultos se acrecienta y buscan vías (revistas, publicaciones) que brinden consejos sobre cómo convertirse en jóvenes.

Las revistas juveniles manejan todo tipo de información como: belleza, moda, farándula, sexo, autoestima, entre otros; estos temas no siempre se manejan de la forma correcta ya que la revista está a la venta para cualquier edad y las publicaciones pueden ser asimiladas de distintas maneras. Por tal razón es indispensable manejar contenidos según

la edad de cada adolescente o joven para orientarlos(as) de forma responsable y fortalecer su capacidad de analizar críticamente sobre los temas de la vida cotidiana.

Es común que las estudiantes accedan a la revista por la página web o comprándola en los supermercados y librerías, en el afán de conocer los temas que impactan en el comportamiento de las jóvenes, ya que adquieren información sobre modas, entre otras cuestiones que se publican en ellas.

Un ligero análisis permite constatar que la mayoría de las revistas de entretenimiento parece que maneja una línea temática en las que se destaca la vida privada de los famosos de todo el mundo y todo lo que alrededor de ellos sucede, además publican tendencias de moda, tecnología, cirugías y consejos sobre vida sexual que, en ocasiones, debido a al tratamiento que le aportan, deberían ser dirigido a público adulto.

Una de los números publicados por la revista *Cosmopolitan* habla acerca de la *hot session* que consiste en explicar cuánto tiempo deben durar las relaciones sexuales, al final de la publicación incita a la lectora a tomar nota acerca del tema para que sus relaciones sexuales no se vean afectadas.

A juicio de la autora que decidió llevar a cabo esta investigación, las publicaciones deben estar fundamentadas según el grupo de edades al que se dirigen para evitar confundir, en el caso señalado, a los(as) adolescentes. Se trata de que si los lectores son niños(as), adolescentes o jóvenes, los temas de sexualidad deben tratarse de manera apropiada a las características psicológicas de estas edades y por tanto, al nivel de sus requerimientos.

Los medios de comunicación en general, deben analizar los contenidos de sus publicaciones y adecuarlos al público que recibirá tal información, además deberían crear una especie de campaña cultural que promueva la lectura de temas de interés y el deporte,



por ejemplo, para que su rendimiento académico mejore y se acreciente el hábito por la lectura de medios de comunicación impresos que se ha visto afectado desde la aparición de las redes sociales.

Estas apreciaciones son las que han motivado a la autora a desarrollar la investigación de la cual trata este informe y que se inició a partir de precisar el problema.

### **Formulación del Problema**

¿Cómo influye el contenido de las revistas juveniles *Generación 21* y *Cosmopolitan* en la formación de las estudiantes de bachillerato general unificado de la Unidad Educativa Fiscomisional "Santa María Mazzarello"?

### **Sistematización del Problema**

#### **¿Qué contenidos deben publicarse en una revista dirigida a adolescentes?**

Debería plantearse cualquier contenido siempre y cuando exista un análisis previo para determinar las edades y los temas que estén aptos para recibir y la forma de tratar el tema, de modo que se garantice una información dirigida al desarrollo del adolescente. Quiere decir, si a un niño o niña se le explica más de lo que su coeficiente puede asimilar podría ocasionar un conflicto entre lo que ellos creen y lo que en realidad es, por eso es muy importante que los medios tengan en cuenta que el objetivo es informar a los jóvenes de forma responsable, siempre pensando en su bienestar.

#### **¿Qué elementos se deben tomar en cuenta para promover la lectura de medios de comunicación escritos?**

Habría que impulsar la lectura desde la niñez, los medios deberían incluir en su nómina de trabajadores a psicopedagogos para que den su punto de vista sobre el contenido de las publicaciones que van dirigidos a adolescentes y realicen las adecuaciones pertinentes, además de sugerir ciertas actividades que ayuden a que el niño o niña, los(as) adolescentes

y jóvenes se vinculen con los medios y hagan uso de ellos como un hábito; por supuesto a la escuela y a la familia también les corresponde una parte de responsabilidad en ello.

Los medios con la sugerencia de pedagogos deberían poner en práctica actividades como las que realiza el diario El Universo los domingos, por ejemplo, la creación de la Revista Mi Mundo, una revista de entretenimiento dirigida a niños y adolescentes en las que resaltan temas de animales, historia, de una manera divertida y que ayuda en la formación de los adolescentes.

### **¿De qué manera se supone que influye el contenido de una revista en la formación de las estudiantes?**

Si se regulan los contenidos las revistas podrían influir de forma positiva ya que al haber un análisis previo del público al que van dirigidas y de los temas que deben publicarse, la información que recibirían los jóvenes sería asimilada de forma correcta con una contribución educativa.

Por el contrario si sigue manejándose de la forma que, en algunos de los medios se hace hasta ahora, sin un análisis previo, predominado el interés comercial, influirá de forma poco favorable en los jóvenes. Hasta el momento, en opinión de la autora de esta investigación, las publicaciones que realizan la mayoría de las revistas dedicadas a los(as) adolescentes y jóvenes versan sobre la vida personal de los famosos (pleitos, logros, cirugías, actitudes); ello, sin lugar a dudas conlleva a que un significativo número de adolescentes imiten este tipo de comportamientos, lo cual está en contraposición con una de las funciones del periodismo consistente en formar ciudadanos.

### **Delimitación o alcance de la investigación**

**Campo de estudio:** el proyecto se realizará tomando en cuenta a las estudiantes de bachillerato general unificado de la Unidad Educativa Fiscomisional "Santa María Mazzarello".

**Período:** mayo a septiembre de 2016.

### **Objetivos de la Investigación**

#### **Objetivo General**

Analizar la influencia que ejercen los contenidos de las revistas *Generación 21* y *Cosmopolitan* en la formación de las estudiantes de bachillerato general unificado de la Unidad Educativa Fiscomisional "Santa María Mazzarello".

#### **Objetivos Específicos**

- ✓ Sistematizar los referentes teóricos sobre las revistas juveniles desde la concepción de la comunicación y la relación del contenido con la formación de las estudiantes.
- ✓ Caracterizar el contenido de las revistas *Generación 21* y *Cosmopolitan* y el nivel de aceptación y asimilación de sus temáticas entre las estudiantes de bachillerato general unificado de la Unidad Educativa Fiscomisional "Santa María Mazzarello".
- ✓ Determinar la influencia que tiene el contenido de las revistas juveniles en la formación de las estudiantes.

### **Justificación de la Investigación**

Los medios de comunicación en las últimas décadas inciden más que siempre en la educación de las nuevas generaciones, moldean gustos en públicos de todas las edades, influyen en la manera como el individuo se relaciona consigo mismo, con los que le rodean y con la sociedad en general.

Debido a esto el presente proyecto de investigación se propuso como objetivo el análisis de la influencia de los contenidos que publican las revistas *Generación 21* y *Cosmopolitan*, es decir, de qué forma estos contenidos influyen en la formación de las/los jóvenes, considerando las funciones de la comunicación y por tanto del periodismo: informar, formar, entretener, persuadir.

Las revistas en la actualidad se encuentran acaparadas por la mercadotecnia y comercialización, utilizan estrategias complejas para adquirir un status preferencial. La mayoría de ellas tratan temas de belleza, moda y sexo dejando de lado las necesidades informativas y formativas del consumidor.

Por ello es necesario que se exija control de calidad en la edición de revistas, se debe plantear la importancia de los procesos de corrección y revisión de contenidos para que las revistas mejoren la calidad de sus redacciones y aporten en la formación intelectual, académica y social en general de las(os) adolescentes y jóvenes.

### **Idea A Defender**

La caracterización de los contenidos de las revistas *Generación 21* y *Cosmopolitan* propiciará el análisis de la influencia que estos ejercen sobre la formación de las estudiantes de bachillerato general unificado de la Unidad Educativa Fiscomisional "Santa María Mazzarello".

### **Variable Independiente**

La caracterización de los contenidos de las revistas *Generación 21* y *Cosmopolitan*.

### **Variable Dependiente**

Influencia sobre la formación de las estudiantes de bachillerato general unificado de la Unidad Educativa Fiscomisional "Santa María Mazzarello".

## **Métodos de investigación**

El proceso investigativo se promueve por la aplicación de diferentes métodos tanto de carácter teórico, como empírico y matemático.

Entre los métodos teóricos, están presentes el *analítico-sintético* y el *inductivo-deductivo* en la sistematización de la teoría y el arribo a las generalizaciones acerca de la influencia de los contenidos en la formación de los sujetos en estudio.

Con relación a los métodos empíricos predominan, dada la caracterización que se propone en el segundo objetivo específico, el *estudio documental* de utilidad en la revisión del marco legal de la comunicación y sus medios; pero también con el fin de examinar el contenido de las revistas; asimismo la *encuesta* y la *entrevista* y la *técnica de los 10 deseos*, que fueron aplicados a las estudiantes, especialistas de la temática y docentes de la Unidad Educativa.

Los métodos matemáticos han sido de gran utilidad, particularmente los *estadísticos* para el cálculo de la selección muestral y en el procesamiento, tabulación y presentación de los resultados obtenidos por la aplicación de los métodos empíricos.

## **Población y muestra**

Según los datos suministrados por la secretaría del colegio “Santa María Mazzarello” existen 227 estudiantes matriculadas en la institución que representan la población sensible de estudio. Teniendo en cuenta que es una población finita, pero numerosa para el estudio se procedió al cálculo muestral, a partir del uso de la fórmula de selección muestral simple que considera un bajo nivel de dispersión ( $Z= 1,96$ ) en las características de la población y un error muestral de 0,05; de modo que la muestra la conforman 92 estudiantes del colegio ya citado.

El presente informe de la investigación desarrollada se estructura, a partir de este primer capítulo de presentación del proyecto investigativo, en un segundo capítulo que responde al marco teórico en que se consultan, plasman y asumen las teorías necesarias para el estudio, según el primer objetivo específico. Un tercer capítulo, en correspondencia al segundo y tercer objetivos específicos, que contiene la metodología y el análisis y discusión de los resultados del diagnóstico, así como de las influencias de los contenidos de las revistas seleccionadas en la formación de las estudiantes de la Unidad Educativa. Como partes finales del informe se encuentran las conclusiones, recomendaciones y referencias bibliográficas; asimismo un grupo de anexos que apoyan la información del texto.

**CAPÍTULO II**  
**MARCO TEÓRICO**

## **Capítulo II. Las revistas juveniles desde la concepción de la comunicación y la relación del contenido con la formación de adolescentes.**

### **2.1 El Periodismo, la comunicación y los medios de comunicación.**

Las revistas como medio visual ya sea público o privado, constituyen al igual que otros medios de comunicación, una vía para el establecimiento de ese canal emisor-receptor a través del cual se socializan informaciones de índole variada. Es por ello que para adentrarse en el estudio de sus particularidades se requiere de un breve esbozo del Periodismo, el cual, el filólogo y pensador alemán, Hamann (1730–1788), definió: “Es la narración de los acontecimientos más recientes y más dignos de contar, impresos sin orden y coherencia especial” (Johan Georg, 1777, s/p).

Al respecto, también sobre el Periodismo y desde el punto de vista de su estrecha relación con la comunicación, se establece que “Es un sistema abierto de la comunicación humana tecnificada que procesa acontecimientos, ideas y sentimientos procedentes de una o varias fuentes, para transmitirlos a destino mediante un canal” (Rivadeneira R. 1988, p. 34).

Numerosas son las definiciones que pudieran referenciarse acerca del Periodismo; sin embargo, el interés de esa esencia comunicacional que posee, conduce a profundizar en el estudio de la comunicación, de lo que resulta importante reconsiderar su origen en el inicio mismo de las relaciones sociales a través de la actividad, reflejándose en las manifestaciones más primitivas de pinturas de imágenes y objetos y por otra parte, en el lenguaje gestual; conocido es que los antepasados expresaban sus sentimientos o estados de ánimo mediante gestos o señas. Los egipcios, por ejemplo, plasmaban sus ideas o actividades que realizaban sobre piedras o paredes a través de jeroglíficos, ellos fueron los primeros en practicar la escritura. Fueron los romanos, en cambio, los que pusieron en práctica el envío de mensajes a través de las personas, mientras que los indios usaban fogatas para comunicarse con otra aldea y el sonido de los tambores en caso de guerra.



Con el decursar del tiempo la comunicación ha ido evolucionando y mejorando con la finalidad, exigida por el mismo desarrollo social, de que los individuos reciban de forma sencilla la información que necesiten. Su importancia ha sido siempre tan apreciable que entre las diferentes acepciones consultadas se destaca lo aportado por Aristóteles (384-382 a.C.), y que se cita en Flores de Gortari (1998), que define a la comunicación como “la búsqueda de todos los medios posibles de persuasión” (p.13).

A través de las diferentes épocas muchos estudiosos y científicos han conceptualizado la comunicación hasta llegar al recién concluido siglo XX en que Berselon, por su parte, (en Fisque, 1984), señala a la comunicación como “el acto de transmitir información, ideas, emociones, habilidades, por medio del uso de símbolos, palabras, cuadros, figuras y gráficas” (p.112). En interés de ampliar estas concepciones teóricas, se tiene asimismo, la definición de Santillana (1996):

La comunicación es el acto de compartir información entre dos o más personas puede ser oral, escrita o a través de gestos, se trata de un proceso mediante el cual el ser humano se relaciona con otros individuos hablando, leyendo, escuchando y escribiendo (Santillana, 1996, p.14).

En fecha más reciente se cuenta con la definición del Dr. Manuel Freire Heredia (2016), citada en Lenguaje y comunicación: “Los seres humanos nos comunicamos por medio del lenguaje oral y escrito, mediante el gesto, el signo, el acto, el arte. Lo hacemos para expresar de manera inteligible, comprensible lo que pensamos o sentimos” (p.39).

Un esquema referencial de la relación que se establece entre los diferentes componentes que se activan para la comunicación, bien pudiera sugerir que esta se concibe como un proceso sistémico. La representación siguiente así lo destaca, precisamente si se observan las interrelaciones que se grafican.

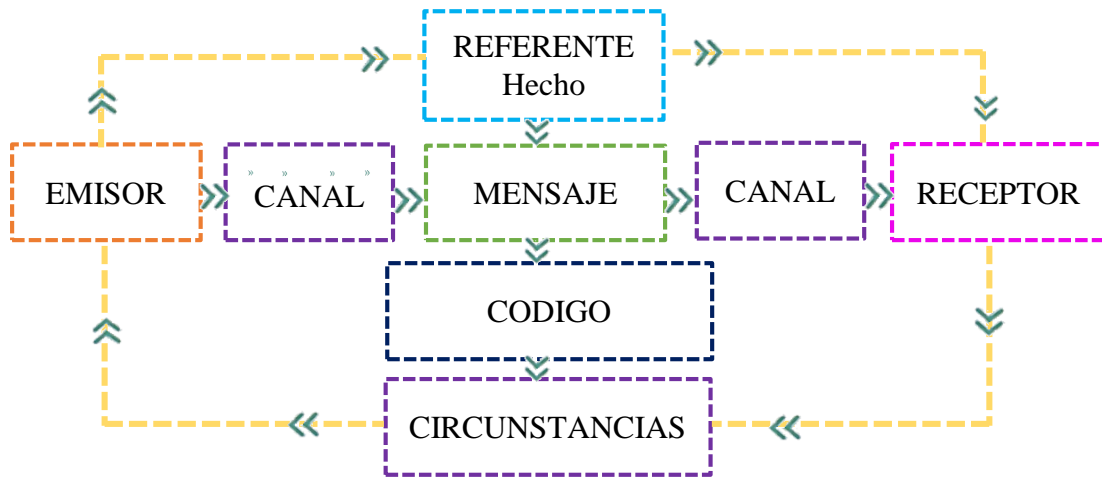


Figura 1. Componentes e interrelación en un acto de comunicación.

Fuente: Lenguaje y Comunicación, (Santillana, 2016).

Desde la apreciación de los componentes del acto de comunicación, es importante destacar que inicialmente la comunicación se mantenía mediante canales orales, pero con el avance tecnológico se desarrollaron otros medios como la prensa, la radio, televisión, entre otros más actuales como Internet.

Así, los *medios de comunicación* son instrumentos usados por individuos con el fin de transmitir información de un lugar a otro de forma auditiva, escrita y visual a diversos lugares del planeta de forma inmediata; por el alcance y aceptación que han tenido hoy en día cumplen la función de formar y transformar los pensamientos de las personas. Luego, este vertiginoso avance tecnológico ha logrado, no solo la aparición de medios de comunicación, como ya se ha señalado anteriormente, sino, asimismo, la aparición de diferentes contenidos que responden a los cada vez más crecientes intereses, necesidades e inquietudes del ser humano, en tanto su participación en la sociedad.

Una primera clasificación, agrupa los medios de comunicación, como se muestra a continuación:

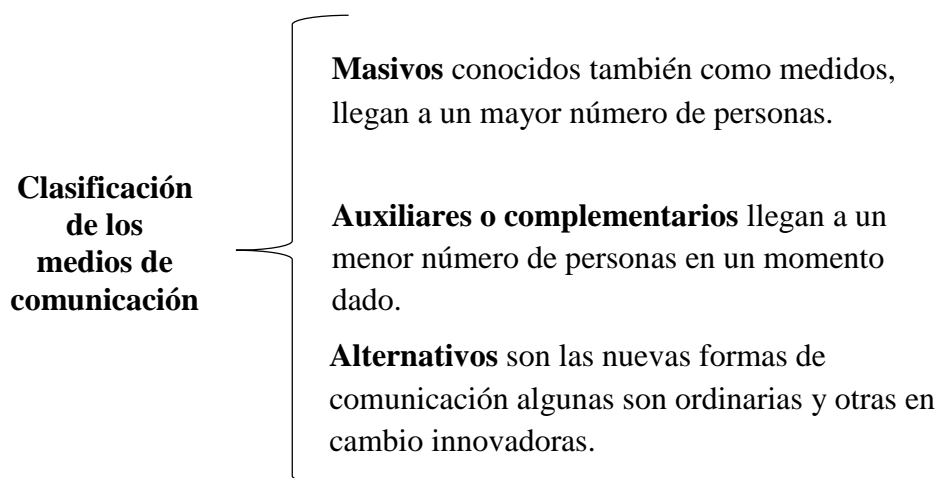


Figura 2. Clasificación de los medios de comunicación.  
Elaborado por la autora.

Dentro del grupo de los medios masivos se encuentran los tipos de medios de comunicación entre los que se destacan la televisión, el cine, internet, radio y prensa escrita.

La televisión, palabra que proviene de la voz griega *Tele* (distancia) y *Visio* (visión), es un medio audiovisual que permite, además de escuchar sonidos proyectar imágenes de sucesos que estén ocurriendo en algún lugar de forma inmediata, fundamentalmente, busca entretener e informar al televidente.

Por su parte, la radio es un medio solo de audio que posibilita la transmisión de señales mediante ondas electromagnéticas. En este grupo se halla también el periódico como medio de comunicación escrita que publica informaciones sobre sucesos ocurridos durante un periodo dado, o comentarios críticos de acontecimientos de diferente índole. Los primeros periódicos se presentaron en forma cronológica y como lo indica su nombre, se publican de forma periódica o regular.

Otro medio visual público o privado que se publica con determinadas periodicidades es la revista, que a través de sus diferentes aristas ofrece temas generalmente informativos y también de entretenimiento, de modo que las hay de carácter farandulero; pero también de temas cinematográficos, científicos, artísticos y culturales, sin obviar aquellas revistas que incluyen diverso contenido.

Un medio que merece especial atención es Internet, en tanto en la actualidad es el medio audiovisual más interactivo, ofrece servicios a los usuarios como son web, chat y correo electrónico, los servicios que ofrecen son llevados a cabo por miles de ordenadores y a extensas distancias del planeta; de modo que ha significado una revolución tecnológica, e inclusive, algunos de los medios relacionados anteriormente, como la prensa y revistas poseen su formato tanto impreso como digital lo que les proporciona una mayor difusión.

En el siguiente grupo de medios que corresponde a los auxiliares se encuentran los *exteriores o publicidad exterior* que son medios visuales que se encuentran en exteriores o al aire libre, se los encuentra en mini carteles, fundamentalmente en centros comerciales o promocionales en la vía pública. Dentro del grupo también clasifican los medios de *publicidad interior*, que son medios visuales colocados en lugares cerrados donde las personas se detienen brevemente. Se encuentran en estadios deportivos, plazas, etc. Y por último los medios de *publicidad directa* que consisten en el envío de un anuncio impreso al cliente, como por ejemplo, las tarjetas postales, cartas, folletos y otros.

El último grupo reúne los medios *alternativos* que son aquellas nuevas formas de promoción de productos, algunas ordinarias y otras muy innovadoras, cada uno de estos incluye una diversidad de tipos de medios de comunicación. Según Lamb, Hair y Mc Daniel (2002), dentro de este grupo se encuentran los siguientes tipos de medios de

comunicación: faxes, carritos de compras, protectores de pantalla, discos compactos, anuncios, kioscos interactivos, entre otros.

Otro aspecto de singular importancia en los medios de comunicación y por tanto para el presente estudio, es el que corresponde a los contenidos y su regulación. En este orden de análisis se conoce que están regulados tres tipos de audiencias con sus correspondientes franjas horarias para: radio y televisión incluidos los canales locales.

- ✓ *Familiar.* Incluye a todos los miembros de la familia, la franja horaria comprende desde las 06h00 hasta las 18h00, se podrá difundir programa de clasificación A (Apta para todo público).
- ✓ *Responsabilidad compartida.* Establecida para las personas de 12 a 18 años bajo la supervisión de personas adultas; la franja horaria transcurrirá desde las 18h00 hasta las 22h00, y se podrá difundir programación de clasificación "A" y "B" (Apta para todo público con la supervisión de un adulto).
- ✓ *Adultos.* Está dirigida a personas mayores de 18 años, la franja horaria transcurre en el horario de 22h00 a 06h00. En esta franja se podrá difundir programación clasificada con "A", "B" y "C" (Apta solo para público adulto).

Es importante destacar que la Ley Orgánica de Comunicación (2013), (LOC), se pronuncia con relación a la regulación y parámetros de los contenidos; de ahí que plantee:

El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación establecerá los parámetros técnicos para la definición de audiencias, franjas horarias, clasificación de programación y clasificación de contenidos. La adopción de estos parámetros será responsabilidad de los medios de comunicación (Ley Orgánica de Comunicación, Título IV, Artículo 65).

De ahí, que bajo los efectos de la Ley Orgánica de Comunicación los contenidos de radiodifusión sonora, la televisión, los canales y los medios impresos se clasifican de acuerdo a lo que se refleja en la siguiente figura:



Figura 3. Clasificación de los contenidos.

Fuente: LOC, Título IV, Art.60. Elaborado por la autora.

Abordados los elementos más generales acerca de los medios de comunicación conviene, en tanto el tema que se investiga, precisar algunos aspectos sobre las revistas como medio comunicacional.

## 2.2 Las Revistas

En virtud de la temática que trata este trabajo, es necesario dedicar un espacio más detallado sobre *las revistas* consideradas como parte de los medios gráficos con publicaciones de forma semanal o mensual, con variados temas que hacen que se distingan en:

- ✓ *Revistas especializadas.* No son masivas, tratan temas en particular ya sea de arte, animales, medicina, moda, etc. Están dirigidas a públicos expertos o que desean incursionar en los temas mencionados.

- ✓ *Revistas de ocio.* Consideradas de entretenimiento su finalidad es la de divertir a sus lectores, tratan temas de moda, humor, belleza, farándula y en ocasiones publican temas informativos con un carácter menos sobrio.
- ✓ *Revistas científicas.* Son parte de las revistas especializadas con la particularidad de que se dedican a informar temas específicos acerca de los descubrimientos y avances de la ciencia.

Entre estas revistas, especialmente las llamadas de ocio, se encuentran las conocidas como *revistas juveniles*, no significa ello que los(as) jóvenes no puedan ni dejen de interactuar con las restantes; pero es que estas juveniles tratan sus temas de acuerdo a los intereses comunes que predominan entre los(as) jóvenes. Es importante destacar que los medios de comunicación deben tener muy en cuenta las características del público hacia el que van dirigidos y uno de los aspectos más importantes es la edad; de ahí precisamente la distinción de revista juvenil.

La periodicidad de estas revistas puede ser quincenal, mensual, semestral, anual y en algunos de los casos puede publicarse entre periodos más largos. Debido a que las publicaciones no son diarias, la edición de los artículos y reportajes deben ser más cuidadosa, tratando que los títulos de las portadas capten el interés de lectoras y lectores, se estima con una gran cantidad de dibujos e imágenes.

Desde las reflexiones y definiciones asumidas hasta aquí, se encaminó el estudio, luego es procedente presentar las características más generales de las revistas que han sido seleccionadas para este estudio: *Generación 21* y *Cosmopolitan*.

La primera de ellas, *Generación 21* nació en abril de 1996 su presidente y fundador es Xavier Alvarado Roca quien fundó también la cadena televisiva *Ecuavisa*, actualmente el directorio está conformado por los vicepresidentes Rodrigo Bustamante, Francisco Alvarado, Rosa Amelia Alvarado y Xavier Alvarado.

La misión de la revista es proveer a los jóvenes de entretenimiento e información sobre las últimas tendencias de la farándula, música y problemática juvenil, analizados con un enfoque alternativo, interactivo y visualmente atractivo que los motive a integrarse con la revista y a generar su propio criterio.



Figura 4. Revista Generación 21.

Según datos obtenidos de la página web la revista generación 21 es la única revista juvenil en Ecuador que tiene público mixto y multi- edades, afirman que sus lectores adquieren la revista por diversos temas, de 5 a 9 años compran la revista por los posters y las comiquitas, sin embargo, aquellos con edades entre 10 y 18 años buscan temas de música, cine, televisión e internet.

El contenido que maneja la revista se basa en temas actuales de interés juvenil como farándula, cine, entre otros.

Tanto la revista impresa como la que aparece en la web publican en la mayoría de las ocasiones los mismos contenidos. Las publicaciones cuentan con gran número de fotografías de actores o eventos sociales. La mayoría de los contenidos se relacionan con la farándula internacional, (vida, pasión y muerte de los de famosos, desde lo positivo hasta los pleitos con sus colegas); no poseen coberturas en vivo ni videos de ningún tipo (enlaces); pero sí con espacios de audio en el que se destacan las canciones del momento y peticiones de los jóvenes, también existe un segmento llamado Confesionario en el que los lectores detallan sus anécdotas y vivencias. También aparecen espacios dedicados al chat, test, horóscopo mensual, enlaces a redes sociales y encuestas. No publican temas de ciudadanía, ni aquellos de corte deportivo, político o científico.



La personalización de la revista es nula, aparentemente no cambia y el acceso a la información es muy simple, sobre todo en la página web.

La otra revista de interés en este trabajo es la *Cosmopolitan*, creada por Paul Schlicht y publicada por primera vez en Estados Unidos en 1886; estaba dirigida a familias de alta clase social, en sus inicios los contenidos se destinaban a la familia y años más tarde se centró en el género femenino.

En el año 1996 se expandió por el mundo y sus portadas mostraban imágenes reales de modelos. En el 2004 se incluyeron espacios para encuestas, preguntas y test, además de información sobre los famosos del momento. Entre los temas que tratan se encuentran moda y belleza, salud, personajes, sexo y pareja.

Actualmente *Cosmopolitan* se dirige a mujeres entre 25 y 50 años que viven en lugares urbanos, trabajan estudian y se interesan por temas de actualidad cultura, moda, belleza, trabajo y sexo.



Figura 5. Revista Cosmopolitan

La portada de la revista vende la imagen de una mujer sexualmente atrevida y su contenido además del tema sexual muestra a la mujer preocupada por su carrera que busca divertirse leyendo o haciendo test.

No se confirmó que la revista impresa y la publicada en la web manejen los mismos contenidos, haciendo un análisis de la revista en la web muestra que la sección sobre sexo y

pareja es bastante explícita debido a la supuesta madurez del público al que va dirigido.

Acceder a la página web de la revista es muy sencillo por lo que no puede demostrarse que los contenidos publicados sean leídos exclusivamente por el público adulto y por otra parte se conoce que es muy aceptada por la adolescencia.

Hasta aquí, se han sistematizado los elementos teóricos más esenciales acerca de la comunicación, el periodismo, los medios de comunicación y específicamente una visión generalizadora de las revistas que ocupan la atención en este estudio. Corresponde, según se anunció con anterioridad, desde los fundamentos de la Educación plasmar algunas consideraciones de carácter psicológico, como modo de caracterizar la población seleccionada para la investigación y como aspectos consustanciales en el análisis de las influencias que ejercen estas revistas en la formación de las jóvenes.

### **2.3 La Educomunicación y consideraciones psicológicas sobre la adolescencia.**

Las revistas juveniles deben cumplir, indudablemente, con las *funciones del periodismo: informar, entretener, formar, y persuadir*; luego ello, en el amplio sentido de la Educación, puede analizarse desde un enfoque pedagógico.

Si bien al decir del especialista James Carey, el Periodismo “no sea más que un modo de transmitir y amplificar las conversaciones de la gente” (tomado de Kovach, B. y Rosenstiel, J., 2012, n.d) y por otra parte, según expresan Herrán y Restrepo (2005): “la información que el periodista suministra llega todos los días a las personas con una eficacia mayor que la de los tradicionales guías de la conciencia” (p. 298); resulta acertado, en opinión de esta autora, relacionar el periodismo con la pedagogía en interés de este trabajo cuyo cuestionamiento investigativo consiste en la influencia del contenido de las publicaciones de las revistas juveniles para la formación de las estudiantes de

bachillerato general unificado de la Unidad Educativa Fiscomisional "Santa María Mazzarello".

Ante la significativa relevancia que posee la comunicación, estudiosos de la Pedagogía y de las Ciencias de la Educación, han dedicado espacio para el estudio de la comunicación en vínculo con la educación; concepción de utilidad para el presente estudio. Por ejemplo, Kaplún (1998), centra sus estudios en la educomunicación como una forma de utilizar recursos comunicativos para que "los destinatarios tomen conciencia de su realidad, para suscitar una reflexión, para generar una discusión" (p.17).

En la misma obra citada de este estudioso, se encuentra la siguiente afirmación sobre la educomunicación:

Tendrá por objetivo fundamental el de potenciar a los educandos como emisores, ofreciéndoles posibilidades, estímulos y capacitación para la autogeneración de mensajes. Su principal función será, entonces, la de proveer a los grupos educandos de canales y flujos de comunicación – redes de interlocutores, próximos o distantes – para el intercambio de tales mensajes. Al mismo tiempo, continuará cumpliendo su función de proveedora de materiales de apoyo; pero concebidos ya no como meros transmisores-informadores si no como generadores de diálogo, destinados a activar el análisis, la discusión y la participación de los educandos y no a sustituirlas (Kaplún, 1998, p. 244).

Para Mario Kaplún la relación entre comunicación y educación, debe ser necesaria para lograr mejores resultados en los procesos de enseñanza-aprendizaje, es fundamental debido a que no puede entenderse la acción educativa sin una acción comunicativa -toda educación es un proceso de comunicación-. En su obra *A la Educación por la Comunicación* afirma que aprender y comunicar son componentes de un mismo proceso

cognoscitivo, son componentes simultáneos que se penetran y se necesitan recíprocamente y agrega entre otras ideas:

Si nuestro accionar educativo aspira a una real apropiación del conocimiento por parte de los educandos, tendrá mucha mayor certeza de lograrlo si sabe abrirles y ofrecerles instancias de comunicación. Porque educarse es involucrarse y participar en un proceso de múltiples interacciones comunicativas” (Kaplún, 2001, p. 37).

En este orden de análisis, es obvio, un breve acercamiento a la Pedagogía, precisamente porque en palabras de Álvarez:

**Es la ciencia que tiene por objeto el Proceso de Formación**, es decir, la que estudia la formación, en general, de la personalidad de los hombres. El estudio de la Pedagogía nos permite dirigir científicamente la formación de los ciudadanos de una sociedad para alcanzar altos niveles de calidad y excelencia (Álvarez, 1998, p.6).<sup>1</sup>

El mismo autor, Álvarez (1998), plantea también: “La sociedad dispone de un conjunto de instituciones para el desarrollo de su trabajo educativo, la escuela, la familia o la sociedad en su conjunto” (p.6). Luego, dado el papel que deben desempeñar la comunicación y el periodismo, se justifica que se estudien determinadas precisiones psicológicas de los sujetos a los que se dirige esta investigación, teniendo en cuenta el sentido amplio de la Educación, como ya se ha referido, que abarca no solo las formas institucionales, sino también las extraescolares en las que las revistas representan importante influencia como medio comunicacional.

La adolescencia proviene del verbo latino: adolescere, significa crecer hacia la madurez, es la etapa evolutiva de paso del niño en adulto. Es decir, es un periodo donde

---

<sup>1</sup> Resaltado en negrilla del propio autor.

los(as) jóvenes alcanzan la madurez física y sexual. El estudio de la adolescencia no debe obviar la importancia de los cambios corporales, debe tenerse en cuenta también en el contexto en el que desenvuelven los(as) adolescentes (padres separados, adoptivos e inmigrantes).

Se debe recordar que el proceso de la adolescencia inicia con la activación de las hormonas y la madurez sexual, se produce un profundo cambio en todo el organismo del adolescente, su cuerpo se desarrolla al mismo tiempo que su conducta. Se divide en 4 etapas:

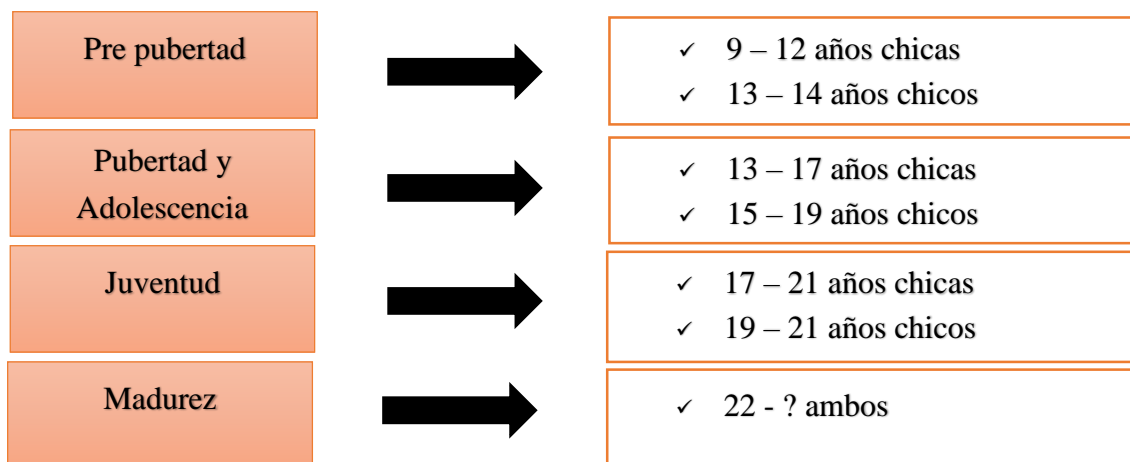


Figura 6. Etapas del desarrollo en los períodos de la adolescencia y de la juventud.

Por supuesto, cada una de las etapas se presenta con características en cuatro aspectos esenciales. De acuerdo a la población que atiende este estudio, que se identifica dentro del rango de la pubertad y adolescencia, por una razón obvia, solo se habrán de señalar las características correspondientes a esta etapa.

La pubertad, es el momento de la vida en la que un niño o niña madura sexualmente, suele ocurrir entre los 13 y 17 años y se resumen como características las siguientes:

- ✓ *Independencia.* Periodo de máxima interrelación con los(as) compañeros(as), aparecen los conflictos con los padres y aumenta la experiencia sexual.
- ✓ *Identidad.* Sentimiento de invulnerabilidad, tienen conductos omnipotentes generadoras de riesgo.
- ✓ *Imagen.* Sienten mayor preocupación por su apariencia, tienen el deseo de poseer un cuerpo más atractivo y fascinado por la moda, en las chicas aparecen los senos, crece el vello en la zona del pubis y axilas, aparece la menstruación.

Estos referentes teóricos han constituido elementos de esencial importancia cognitiva para el desarrollo de la investigación, por cuanto ha posibilitado el análisis más profundo, no solo desde lo comunicacional, sino también teniendo en cuenta las características de los sujetos que se estudian.

Del mismo modo y de acuerdo a las revistas seleccionadas para el análisis de influencias sobre las adolescentes, en las que el tema de la sexualidad es contenido peculiar y de interés de las adolescentes en estudio, merece abordar algunas esencialidades desde el punto de vista psicológico y de su atención.

La sexualidad ha sido definida como el conjunto de las condiciones anatómicas, fisiológicas y psicológicas-afectivas que caracterizan a cada sexo. También se afirma que este tema hace referencia al conjunto de fenómenos sociales emocionales y conductuales vinculados al sexo. Se basa en las experiencias de cada individuo en lo que escucha de sus padres, familiares, amigos, la cultura y religión de cada uno.

Según informe de la Organización Mundial de la Salud (OMS, Guatemala 2001), la sexualidad abarca las relaciones sexuales, erotismo, intimidad y placer, es experimentada y expresada a través de pensamientos, acciones, deseos y fantasías.

Desde los antepasados ha estado envuelta en mitos, temores y expectativas, el terreno sexual era repudiado excepto cuando lo usaban para la procreación, variaba de acuerdo al contexto socio-histórico en el que se desenvolvía. La obra más leída de todos los tiempos, *La Biblia*, hace referencia en varios libros acerca de la sexualidad, en *Éxodo* (20,13) prohíbe drásticamente el adulterio, en *Levítico* (18, 22; 21,13) proscribía la sexualidad mientras que en el libro *Cantar de los Cantares* (el libro más erótico) alude al sexo como un impulso creativo y placentero.

Hace 5000 años los datos sobre sexualidad eran limitados, la mujer era vista como una pertenencia personal, para los hombres las mujeres servían para dar placer sexual y para lograr la reproducción, los hombres además tenían el derecho de tener relaciones sexuales con varias mujeres a la vez; en la actualidad, en algunas regiones del mundo se mantienen las costumbres de que los hombres sean poseedores de varias mujeres con aceptación de los patrones sociales.

Los criterios sobre sexualidad eran diferentes, la cultura hindú aprobaba todo lo referente a lo sexual. Para los habitantes de China el sexo no daba temor y para nada lo consideraban pecaminoso al contrario era un acto de culto, veneración y tenían la creencia que los conducía a la inmortalidad.

Por parte de la autora del presente trabajo se le concede significativa importancia al punto de vista psicológico que apunta hacia el hecho de que la sexualidad debe ser tratada en la familia, los padres deben ser los encargados de informar de manera responsable a sus hijos sobre todo lo concerniente a temas de la sexualidad en general y del sexo, en particular; también la escuela, ambos, como modo, inclusive, de preparar al(a) niño(a) y al(a) adolescente o joven para interpretar, acoger y seleccionar las diferentes lecturas y medios publicitarios.

Para el psicólogo *Pedro Lucas*, psicólogo y sexólogo clínico, citado en Universidad de Padres on-line, Granada (2012), la sexualidad es aún un tema tabú que preocupa en gran medida a los padres quienes no saben de qué forma y cuándo hablar del tema con sus hijos. Las escuelas y programas educativos tampoco encuentran la manera de acercarse a la juventud y explicarles el tema y las consecuencias que puede ocasionarles si no hay una actitud responsable. Aquellas familias y escuelas que intentan explicar lo hacen de forma superficial, sin que exista una estrategia educativa específica. Así, los jóvenes y adolescentes al tener inquietudes y no recibir ayuda de padres de familia ni de la escuela recurren a otros medios para informarse.

El ser humano es la creación más maravillosa que existe debido a su desarrollo a través de los años, empieza siendo un pequeño embrión hasta que se convierte en un hombre o mujer, a lo largo de la evolución del ser humano aparecen cambios no solo físicos sino también emocionales que transforman sus aspectos sexuales, pero no despiertan del todo la sexualidad. Y es que el ser humano es sexual desde que nace, es decir, es sensible a los sentimientos sexuales y a su identidad como ser social.

En la etapa de la adolescencia inician cambios físicos y psíquicos, que se constatan a través de nuevas manifestaciones intelectuales, sexuales, sociales y en su identidad, se preocupan por su apariencia física, la altura, complexión de su cuerpo y peso, suelen presentar también trastornos en la alimentación para conseguir el cuerpo perfecto. Cambian sus opiniones y su personalidad va desarrollándose, las adolescentes en específico porque de ellas trata el estudio, empiezan a interesarse en personas del sexo opuesto por lo general, sienten deseos de ser independientes de los padres, desean explorar relaciones más íntimas -novios (as)-, cambian su forma de vestir, adquieren estilos de peinados o cortes de cabello, quieren ser popular entre sus amigas(os), en algunos casos sienten depresión y esto puede hacer que su rendimiento escolar decaiga e incluso puede



hacer que consuman alcohol o drogas, establezcan relaciones afectivas con personas inadecuadamente seleccionadas, e incluso arribar a una relación sexual de forma irresponsable.

Es importante que los padres presten atención a sus hijas y en sus cambios para que puedan ayudarlas en caso de situaciones incontrolables, como son los embarazos precoces y enfermedades venéreas, visto desde la idea más limitada de la sexualidad. Para los padres, es imprescindible, igualmente buscar ayuda en caso de no estar preparados, para hacer frente a este período de la adolescencia, es de vital importancia las habilidades que se reviertan en la forma de conversar con su hija y guiarla de forma correcta. Educar no es transmitir miedo, educar es saber poner el valor en las personas y en la capacidad para razonar y elegir su destino.

La familia debe orientar a sus hijos y no negar los impulsos vitales de la adolescencia; porque ello no ayudará en su formación. Una correcta enseñanza, más allá del sentido erótico del sexo, sino desde la amplitud de la sexualidad, los ayudará a pensar, sentir y actuar de forma responsable ante las diversas circunstancias que se le presente, lo importante sería que los jóvenes vivan de forma natural esta etapa, recibir visiones positivas y saludables sobre la sexualidad.

Sin embargo, la educación sexual que hoy en día reciben los adolescentes es fragmentaria, represiva, llena de mitos y moralista, es decir que los padres informan según las creencias que tengan ya sea por su cultura o religión, creencias que no ayudan en la formación integral de los niños, niñas y jóvenes de ambos sexos y por su parte el colegio no le ofrece la prioridad merecida a esta arista de la educación.

La educación afectiva – sexual en las primeras etapas (niñez) y en la adolescencia, va a repercutir en el desarrollo equilibrado de la sexualidad de cada uno y en la forma en

que se relacione y respete a sus semejantes y a la diversidad, es decir, cómo lo mira, cómo lo toca, cómo hablar, cómo tratar. Los jóvenes aprenden a quererse, entender y respetar su identidad humana y su cuerpo. Deben ser orientados para que respeten la vida, los niños a las niñas y viceversa; enseñarles a valorarse y respetar a sus semejantes y en los adolescentes evitar que adopten roles masculinos de superioridad con respecto a la mujer para erradicar paulatinamente la violencia de género en la sociedad.

No ha de pasar por inadvertido, que en ese contexto del que se hace referencia en párrafos anteriores, actúan de manera significativa los medios de comunicación. Por ejemplo, Internet hoy en día se ha convertido en la mayor plataforma que la sociedad utiliza para comunicarse e informarse y una simple mirada es indicativa de que en la web no siempre la información que se publica es la adecuada; además no hay forma de controlar que la persona que está leyendo alguna información tenga la edad apropiada para asumirla.

En la web, con solo dar clic en el contenido de la página elegida, automáticamente aparecen mensajes que en la mayoría de los casos tienen que ver con pornografía, luego el (la) adolescente al ver fotos o videos cortos puede interesarse e ingresar a dichas páginas web con la frecuencia deseada, en lo que igualmente juega un papel fundamental la supervisión de los padres y de la escuela.

Se ha abordado acerca de la influencia de Internet por ser el medio más generalizado; pero sin lugar a dudas, las revistas, medio comunicacional que se trata, también aportan desde sus contenidos y formas en la temática de la sexualidad, ello indica lo necesario e importante que resulta analizar si apuntan hacia una formación adecuada del público que las acoge. Por supuesto, en cualquier medio de comunicación pueden tratarse disímiles contenidos, solo que es imprescindible revisar el tratamiento de dichos contenidos.

A juicio de la autora y específicamente con respecto a las revistas *Generación 21* y *Cosmopolitan*, la dificultad radica en la falta de visión de que la sexualidad no solo se refiere a la relación carnal y la reproducción sino a los sentimientos, pensamientos, actitudes y comportamiento, la sexualidad como expresión psicológica y social de todos los individuos debe ser estudiada desde su comportamiento, no solo por la psicología, la pedagogía, la medicina, sino por todas las profesiones que se relacionan y que tienen la responsabilidad de fortalecer los patrones éticos, morales y culturales de la sociedad.

Antes de abordar el siguiente marco conceptual, es necesario precisar que los fundamentos estudiados en este capítulo posibilitaron el estudio que sobre el estado inicial del problema se presenta en el marco metodológico, en tanto los conocimientos que fueron adquiridos por la autora.

#### **2.4 Marco conceptual**

La presentación de los temas según autores e investigadores que hacen referencia al problema investigado, permite obtener una visión completa de las formulaciones teóricas sobre las cuales ha de fundamentarse el conocimiento científico propuesto en el proyecto. Entre los términos más importantes se encuentran:

**Comunicación:** “Es un proceso simbólico por medio del cual la realidad es producida, mantenida, reparada y transformada” (Carey, J. 1992, p. 23).

**Medios de comunicación:** “Se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o

replicados por el medio de comunicación a través de internet” (Ley Orgánica de Comunicación, Título I, art. 5).

**Revista:** “El nombre de revista, proviene de revisar o rever, esto significa: volver a ver para revisar. Las revistas como tal, pudieran ser la sucesión del mismo periódico o sin lugar a dudas de los libros, sin embargo, con propiedades más refinadas que estas dos; y es que sus características físicas y editoriales engloban toda una serie de atributos dependientes de analogías dentro de los medios impresos, que van desde el uso de variantes tipográficas, tintas, calidades de papel, gramajes, encuadernaciones, y otros más; inclusive pueden abarcar una serie de genealogías, que van desde temas generales a temas específicos: deportes, moda, temas sociales, científicos, tecnológicos, históricos, música, artes, entre otros” (Revista, n.d., p.23).

Resulta importante destacar que esta definición de *Revista* permite interpretar la significación de la variable independiente declarada: *La caracterización de los contenidos de las revistas*.

**Adolescente:** “Es la persona de ambos sexos entre doce y dieciocho años de edad. Es el periodo de desarrollo del ser humano en el que se alcanza la madurez biológica, sexual, emocional y social” (Código de la Niñez y Adolescencia, 2003, p.1).

En consideración a estas características de la adolescencia y tratando el estudio de la formación de estudiantes se precisa del concepto de *formación* que es entendida como “el proceso y el resultado cuya función es la de preparar al hombre en todos los aspectos de su personalidad” (Álvarez, 1992, p.12). Luego queda definida la variable dependiente: *Influencia sobre la formación de las estudiantes*, como el efecto, consecuencia o cambio que actúa sobre ese proceso y resultado de preparación del ser humano.

## **2.5 Fundamentos de la pertinencia del tema investigado.**

El fundamento de este estudio se encuentra en la base legal de la Constitución de la República del Ecuador (2008) la que hace referencia en el capítulo segundo, sección tercera, a los derechos que tienen los/las ecuatorianas/os en el ámbito de la comunicación e información, estableciendo y entre los que solo se toman en cuenta los relacionados a este estudio:<sup>2</sup>

**Art. 16.** Todas las personas, en forma individual y colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de comunicación.

**Art. 18.** Todas las personas, en forma individual y colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.
2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de la información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

---

<sup>2</sup> Se respetan numerales y literales dentro de los artículos, por eso aparecen algunos saltos (nota de la autora).

En estos artículos y literales se precisa el derecho a la comunicación incluyente y diversa en todos los contenidos sociales e inclusive de forma participativa; pero al mismo tiempo, aun cuando no se establece la censura, sí se aboga por la responsabilidad individual y colectiva ante la información que se emite.

De igual manera la Ley Orgánica de Comunicación (2013) menciona en el Capítulo I las normas que deben ser considerados por los ciudadanos al momento de participar en el proceso de comunicación (Art. 10. Normas deontológicas).

1. Referidos a la dignidad humana:

- a. Respetar la honra y la reputación de las personas;
- b. Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios; y,
- c. Respetar la intimidad personal y familiar.

2. Relacionados con los grupos de atención prioritaria:

- a. No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud;
- c. Evitar la representación positiva o valorativa de escenas donde se haga burla de discapacidades físicas o psíquicas de las personas;
- d. Abstenerse de emitir imágenes o menciones identificativas de niños, niñas y adolescentes como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos; salvo el caso que, en aplicación del interés superior del niño, sea dispuesto por autoridad competente;
- e. Proteger el derecho a la imagen y privacidad de adolescentes en conflicto con la ley penal, en concordancia con las disposiciones del Código de la Niñez y Adolescencia;

### **3. Concernientes al ejercicio profesional:**

- a. Respetar los presupuestos constitucionales de verificación, oportunidad, contextualización y contrastación en la difusión de información de relevancia pública o interés general;
  - b. Abstenerse de omitir y tergiversar intencionalmente elementos de la información u opiniones difundidas;
  - c. Abstenerse de obtener información o imágenes con métodos ilícitos;
  - d. Evitar un tratamiento morboso a la información sobre crímenes, accidentes, catástrofes u otros eventos similares;
  - e. Defender y ejercer el derecho a la cláusula de conciencia;
  - f. Impedir la censura en cualquiera de sus formas, independientemente de quien pretenda realizarla;
  - h. Ejercer y respetar los derechos a la reserva de fuente y el secreto profesional;
4. Relacionados con las prácticas de los medios de comunicación social:
- a. Respetar la libertad de expresión, de comentario y de crítica;
  - b. Rectificar, a la brevedad posible, las informaciones que se hayan demostrado como falsas o erróneas;
  - d. Abstenerse de difundir publlirreportajes como si fuese material informativo;
  - e. Cuidar que los titulares sean coherentes y consistentes con el contenido de las noticias;
  - f. Distinguir de forma inequívoca entre noticias y opiniones;
  - g. Distinguir claramente entre el material informativo, el material editorial y el material comercial o publicitario;
  - h. Evitar difundir, de forma positiva o avalorativa, las conductas irresponsables con el medio ambiente;
  - i. Asumir la responsabilidad de la información y opiniones que se difundan; y,

- j. Abstenerse de realizar prácticas de linchamiento mediático, entendiendo por tales, la difusión de información concertada y reiterativa, de manera directa o por terceros, a través de los medios de comunicación destinada a desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública.

La Ley Orgánica de Comunicación es la manifestación concreta de la Constitución de la República en el ámbito de la comunicación y como, efectivamente, puede observarse abarca desde el respeto a la dignidad humana a través de lo concerniente al ejercicio profesional de los comunicadores y los medios; aspectos todos que conciernen al proceso investigativo desarrollado en cuanto a la influencia de los medios comunicacionales seleccionados sobre los procesos de formación de adolescentes y jóvenes. Luego todo ello representa un marco legal evidente, que además respalda la importancia y pertinencia del estudio que convoca al cumplimiento de lo legislado.

Como se señaló en páginas anteriores, todo lo abordado en el presente capítulo ha sido de gran utilidad, desde el punto de vista teórico, para instrumentar el proceso de diagnóstico de la problemática y su análisis, resultados que se presentan en lo adelante.



## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

### **Capítulo III. Resultados de la caracterización de las revistas y el nivel de asimilación de sus contenidos por parte de las estudiantes de bachillerato general unificado de la Unidad Educativa Fiscomisional “Santa María Mazzarello”.**

El proyecto se ha realizado tomando en cuenta a las estudiantes de bachillerato general unificado de la Unidad Educativa Fiscomisional “Santa María Mazzarello”, entre los meses de mayo a septiembre del año 2016, luego se contó con una población femenina de 227 estudiantes matriculadas en la institución.

La muestra (92 estudiantes) fue calculada a través del método de selección muestral aleatorio simple, (Ver Anexo 1), tomando como error muestral 0.05 y una desviación estándar de  $Z= 1.96$ ; en tanto las características poblacionales son similares y el nivel de dispersión es bajo. Una vez que se tuvo el tamaño óptimo de la muestra, la selección de las 92 participantes se efectuó a partir de enumerar de forma consecutiva al total de las estudiantes de la institución y de acuerdo a la tabla de números de aleatorios se definieron específicamente las integrantes a las que se aplicaron los instrumentos de diagnóstico.

La investigación es de tipo descriptivo, ya que se trata de describir, analizar la influencia que ejercen el contenido de las revistas *Generación 21* y *Cosmopolitan* sobre la formación de las estudiantes, a través de un análisis relativo entre ambas variables; no obstante, el enfoque es cuali-cuantitativo o mixto dada la aplicación de determinadas técnicas de recolección de información acerca de las variables.

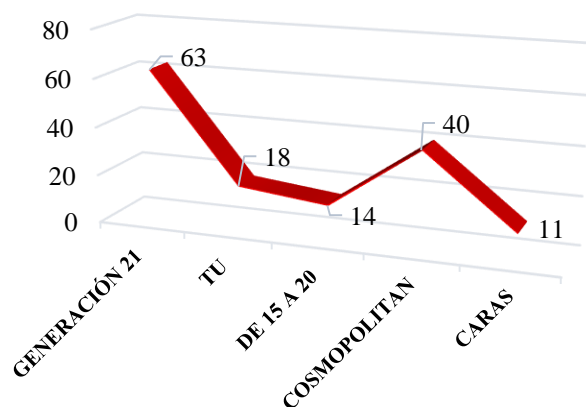
Los instrumentos utilizados, (Ver Anexos 2-6), han sido la encuesta, consistente en un conjunto de preguntas que se hace a varias personas para reunir datos sobre la opinión de un tema determinado; ha sido elaborada de forma sencilla, con preguntas de opción múltiple y preguntas cerradas que permitirán conocer los criterios de las estudiantes acerca de la preferencia por diferentes revistas y su contenido, información requerida para el presente estudio.

También se aplicaron entrevistas a especialistas, en dos de ellos, que combinan el ejercicio del Periodismo con la docencia universitaria; también entrevistas a docentes de la Unidad Educativa Fiscomisional “Santa María Mazzarello”, de gran utilidad por el criterio que proporcionaron desde el punto de vista educacional.

Por otra parte fue utilizado el estudio documental en la revisión del formato y contenido de las revistas y la técnica de los 10 deseos aplicada a las estudiantes que integraron la muestra.

### 3.1 Análisis de la información obtenida por la aplicación de los diferentes instrumentos.

Los procesos de recolección, se llevaron a cabo, en un momento inicial, por medio de la encuesta, (Ver Anexo 2), que se aplicó a las 92 estudiantes de 1er a 3er año de bachillerato general unificado de la Unidad Educativa Fiscomisional “Santa María Mazzarello”. El procesamiento de la información se realizó por medio del procesador



**Figura 7. Revistas más leídas por las estudiantes. Agosto de 2016.**

Fuente: Encuesta a estudiantes; preg. 1

Elaborado por la autora.

informático Excel que permitió los cálculos y la elaboración de gráficos.

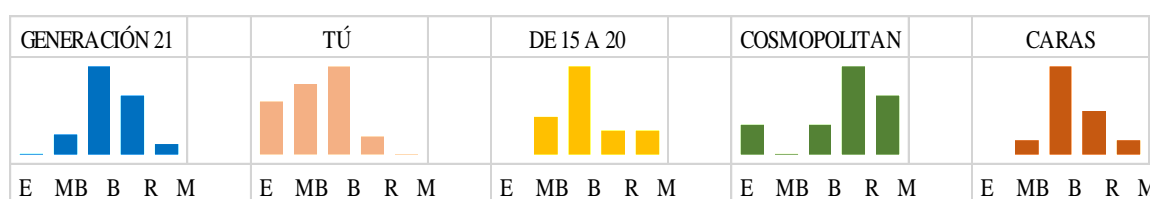
Así, se obtuvo valiosa información a través de las respuestas dadas por las estudiantes, conocedoras del motivo de la encuesta.

Un primer resultado obtenido de la encuesta, (Ver Figura 7 y Cuadro 1 en Anexo 7), refleja que efectivamente sí existe preferencia de las estudiantes por

las revistas en estudio, Generación 21 y Cosmopolitan, principalmente por la primera de estas.

Respecto al nivel de agrado con que las leen, puede observarse, (Ver Figura 8 y Cuadro 1 en Anexo 7 ), que en el caso de Generación 21 el mayor porcentaje de las estudiantes (46,0) la valora entre muy buena y buena; pero es significativo a la vez, el hecho de que el 23,8 por ciento emitió la consideración de regular.

Si por otra parte se analizan los criterios de la otra revista más leída, Cosmopolitan, acaparan la atención los altos porcentajes en las categorías de regular (40,0%) y mal (27,5%).



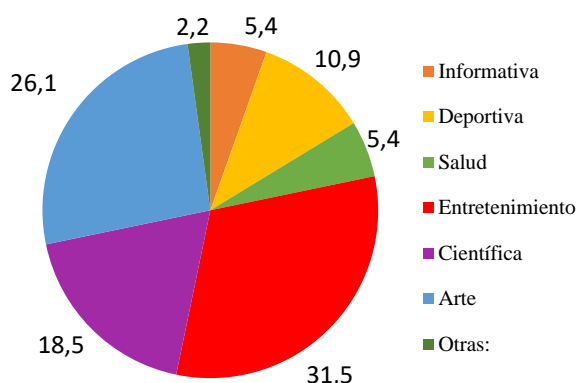
**Figuras 8. Nivel de agrado de las revistas más leídas, declarado por las estudiantes.**

**Agosto de 2016.**

Fuente: Encuesta a estudiantes; preg. 1.  
Elaborado por la autora.

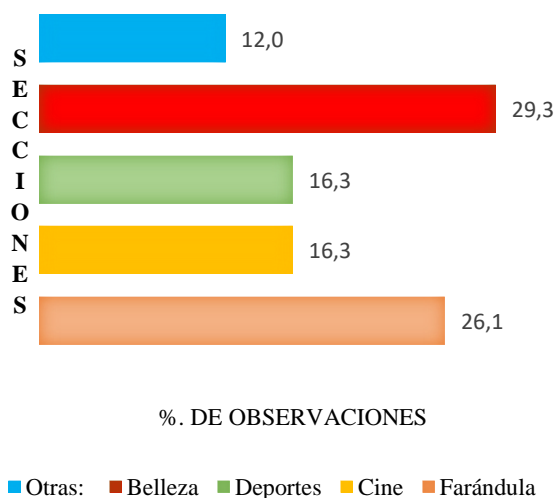
Sin embargo, aun cuando las demás revistas declaradas son menos leídas, el nivel de agrado es más favorable, destacándose la revista *Tú* con porcentajes significativos entre las categorías de buena, muy buena y excelente.

Otro de los temas que se consultó en la encuesta trataba sobre las preferencias de los tipos de revista, (Ver Figura 9 y Cuadro 2 en el Anexo 7) a lo que las estudiantes manifestaron sentirse atraídas hacia revistas de entretenimiento, arte y de temas científicos.



**Figura 9. Porcentajes de preferencias de tipos de revistas. Agosto de 2016.**

Fuente: Encuesta a estudiantes; preg. 2. Elaborado por la autora.



**Figura 10. Preferencias de secciones en la lectura de revistas. Agosto de 2016.**

Fuente: Encuesta a estudiantes; preg. 3. Elaborado por la autora.

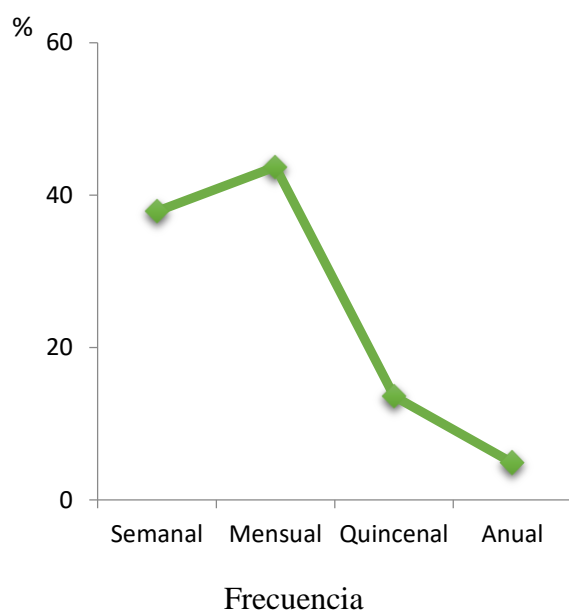
En contrastación a esta manifestación las adolescentes demostraron leer más las revistas Generación 21 y Cosmopolitan que no poseen estas características.

La falta de coherencia por parte de las estudiantes se refleja asimismo, en el momento de elegir las preferencias de secciones; si anteriormente expusieron que preferían las revistas con temas de entretenimiento, arte y científicos; ahora expresaron en mayores porcentajes, preferir las secciones de belleza y farándula; (Ver Figura 10 y Cuadro 3 en Anexo 7), lo que indica la necesidad de dirigir actividades de orientación de lectura en este colectivo de jóvenes como modo de conducir sus gustos y preferencias hacia intereses que le reporten un desarrollo cultural.

La lectura es un instrumento fundamental para el desarrollo personal y social de los individuos, estimula la convivencia, contribuye a aumentar el vocabulario, fomenta el razonamiento lógico y abstracto, potencia el pensamiento creativo, estimula la conciencia y la crítica.

Con relación a lo anterior, es importante denotar que de alguna manera en el colectivo estudiantil existen ciertos hábitos de lectura aunque se requiera de la oportuna y adecuada orientación.

Ante la pregunta referente a la periodicidad o frecuencia de lectura, la mayor parte de las estudiantes manifestaron leer sus revistas favoritas de forma mensual y semanal (Ver Figura 11 y Cuadro 4 en Anexo 7).



**Figura 11. Frecuencia de lectura de las revistas Generación 21 y Cosmopolitan, entre las estudiantes. Agosto de 2016.**  
Fuente: Encuesta a estudiantes; preg. 4.  
Elaborado por la autora.

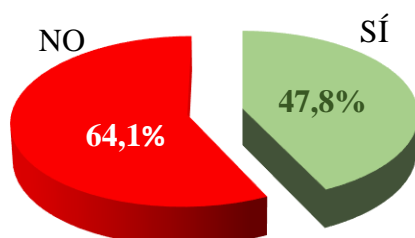
La frecuencia observada es importante, si se tiene en cuenta que estos hábitos de lectura pueden ser aprovechados con un carácter educativo, en función de la conducción del interés hacia temas que les proporcionen más desarrollo cultural, sin que, por supuesto, dejen de leer los temas apropiados a la etapa de la adolescencia.

Se trata de que las estudiantes comiencen a discriminar entre las opciones de lectura y diversifiquen sus gustos en una gama más amplia, de modo

que logren adoptar posiciones críticas ante el contenido y mensaje de lo leído. El hecho de apropiarse de esos hábitos y habilidades, les garantizaría la formación, inclusive desde etapas más tempranas.

Otra de las preguntas de la encuesta, (Ver Anexo 2, preg. 5), se dirigía directamente a la opinión que poseen las estudiantes sobre la influencia que podía reportarles la lectura de estas revistas para su formación.

Según criterio personal de las estudiantes, (Ver Figura 12), el 64,1 por ciento manifestó que el contenido de las revistas no contribuye en su formación como joven o adolescente; no obstante, un porcentaje significativo (47,8%) consideró que las revistas sí contribuyen en su formación.



**Figura 12. Criterio sobre la contribución de la lectura de las revistas en la formación de las estudiantes. Agosto de 2016.**

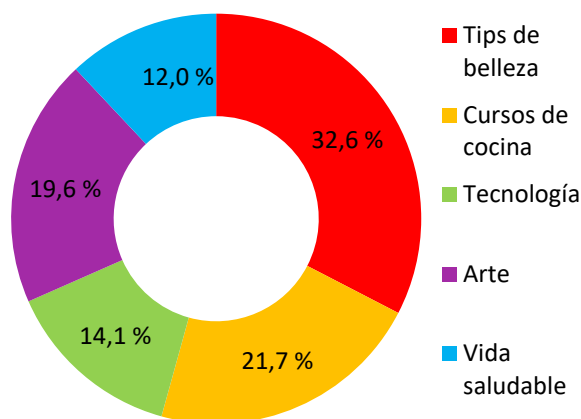
Fuente: Encuesta a estudiantes; preg. 5.  
Elaborado por la autora.

La misma pregunta de la encuesta les solicitaba la razón por la cual se manifestaban en uno u otro sentido. Entre las diversas explicaciones a las respuestas de no contribución, establecieron que las revistas se encargan de publicar la vida personal de famosos y no temas como arte o ciencia, mientras la otra parte, las que respondieron afirmativamente,

justificaba que todo el tema de farándula les ayudaba a resolver los problemas de la vida cotidiana; singularmente los relacionados a la sexualidad, de una forma abierta, como no lo conseguían en el contexto de la escuela y mucho menos de la familia; aunque de las

expresiones reflejadas se evidencia que en ocasiones el tratamiento de las temáticas sobre sexualidad en las propias revistas, les resultaba de poco pudor.

Como última pregunta del instrumento aplicado, (Ver Anexo 2, pregunta 6), se les dejaba abierta para que reflejaran los temas que les gustaría tratar en las revistas Generación 21 y Cosmopolitan.



**Figura 13. Temas que prefieren que tratasen las Revistas Generación 21 y Cosmopolitan. Agosto de 2016.**

Fuente: Encuesta a estudiantes; preg. 6.  
Elaborado por la autora.

Al momento de declarar por sí solas, sin ninguna propuesta de alternativas, (Ver Figura 13 y Cuadro 5 en Anexo 7), priorizaron, entre los temas que quisieran consultar en estas revistas, los que tratan de belleza. Nuevamente ello corrobora, la falta de concordancia entre las respuestas de las estudiantes, ya que en la segunda pregunta manifestaron que preferían revistas de entretenimiento,

arte y científicas; además, aparece como nueva temática las relacionadas a la cocina y ya en tercer lugar, los temas del arte. No obstante, este resultado coincide de alguna manera con las preferencias de secciones de las revistas estudiadas, cuando declararon en primer lugar, los temas de belleza.

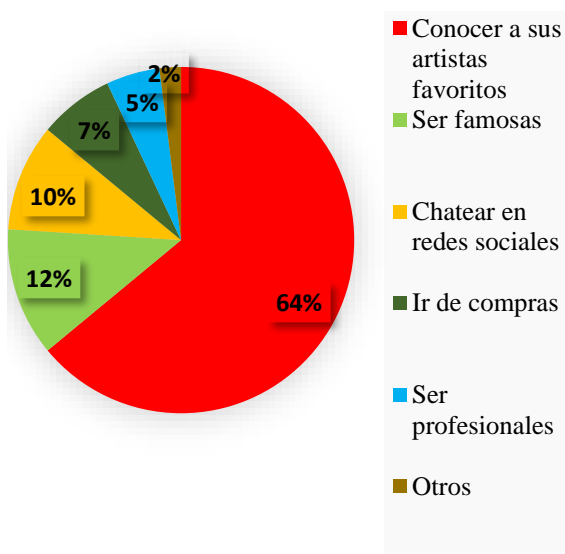
Como modo de ampliar la caracterización propuesta y verificar con más amplitud la posible influencia de estos medios de comunicación en el comportamiento de estas estudiantes, se implementó la técnica de los 10 deseos, (Ver Anexo 8), con el objetivo de conocer las principales necesidades y en qué nivel de jerarquía son ubicadas.



La lectura de los resultados de la técnica está dada en que se ubican en lugares del uno al cinco (1-5) los deseos más nombrados y del seis al diez (6-10) los menos nombrados, sin que ello reste la importancia de unos y otros.

Así, los resultados obtenidos, (Ver Figura 14 y el Cuadro 6 en el Anexo 8), demuestran que las adolescentes como primer deseo consideran que conocer a sus artistas favoritos es

una prioridad, ubicándola entre los cinco primeros deseos.



**Figura 14. Los deseos más significativos entre los diez declarados por las estudiantes. Agosto de 2016.**

Fuente: Técnica de los 10 deseos. Cuadro 6. Elaborado por la autora.

El segundo deseo más sugerido es el de tener fama, ya sea bailando, actuando, cantando o realizando algún deporte; el tercer deseo más mencionado corresponde a las redes sociales, las estudiantes afirmaron que chatear es una prioridad para ellas. Como cuarto deseo, se ubica el de adquirir algún producto como un carro, celular, ropa, maquillaje y casa.

En el quinto deseo existe una división de criterios, la mitad de las estudiantes ubicaron el deseo de ser profesionales entre los cinco primeros, mientras que la mitad restante lo ubicó entre los cinco últimos deseos.

Entre los deseos menos mencionados y con una representación del 2 por ciento solamente, se encuentran: comer algo, viajar, obtener buenas notas, que las amigas no peleen, tener salud, aprender a conducir, ganar rifas, ir a fiestas, ser populares.

Los resultados obtenidos demuestran, que las adolescentes de esta generación todavía mantienen ideas y preferencias bien apegadas a la fantasía, ya que para ellas es más importante conocer a su ídolo famoso que ser profesional y esto puede darse porque muchos de los personajes que aparecen en los medios no tiene una carrera en la que puedan desenvolverse o al menos no es la faceta que se da a conocer. Luego, se comprueba que los medios sí pueden influir de una u otra forma en los adolescentes porque se relacionan mucho con ellos, y de acuerdo a los programas y campañas publicitarias de su preferencia, adoptan una opinión personal y un tipo de comportamiento, por supuesto, en correspondencia a la etapa en que viven en la que predomina la búsqueda de su propia identidad y repiten patrones de los medios para conseguir la suya y la aceptación de la sociedad.

Como parte también de la etapa diagnóstica, se aplicó la guía de revisión de los contenidos de las revistas *Generación 21* y *Cosmopolitan*, (Ver Anexo 4), con la finalidad de identificar las características esenciales de estas, a partir de determinadas normas periodísticas, como consideración para el análisis de la influencia que ejercen sobre la formación de las estudiantes de bachillerato general unificado de la Unidad Educativa Fiscomisional "Santa María Mazzarello". Para llevar a cabo este análisis se tomaron en cuenta cinco ediciones de *Cosmopolitan* y cinco ediciones de *Generación 21*, de fechas relativamente recientes.

En el caso de la revista *Generación 21*, se obtuvo como resultados de la revisión:

- ✓ **Periodicidad de la información:** la publicación es mensual, 12 ediciones al año.
- ✓ **Diseño y contenido de portadas y contraportadas:** las portadas presentan aproximadamente entre 10 y 12 fotos de los famosos del momento, la contraportada es publicidad por completo de diversas temáticas.

- ✓ **Diseño (estructura general de la revista, secciones, titulares, colores, fotografías):**  
las páginas tienen redacciones pequeñas y el resto de la página está cubierta por fotos y publicidad, los titulares son generalmente el nombre del famoso más una o dos palabras, por ejemplo, “*Becky G. es asesinada por paparazzi*”. Se maneja gran variedad de colores neón, en opinión de esta autora, para disimular la falta de redacción. Las fotografías que usan son de algún personaje reconocido del momento y son fotos que aparecen en buscador Google. Tiene secciones como: farándula, música cine, reportaje (cada uno con cinco artículos), confesionario, poemario, clasificados del amor, horóscopo y wallpapers, los titulares son únicamente relacionados con nombres de famosos.
- ✓ **Redacción:** las redacciones son cortas, no cumplen con las cinco preguntas básicas del periodismo ¿Qué? ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Por qué? Constan de tres párrafos, dos de ellos son, en algunos casos, palabras textuales del (de la) *famoso(a)* o dos párrafos de la biografía, más un párrafo de la noticia en sí. Lo referido en *las notas* que son, particularmente, recomendaciones para los jóvenes se denota que son copiadas textualmente de Google.
- ✓ **Publicidad:** la revista consta con bastante espacio publicitario, cuarto, medio y la totalidad de la hoja. La publicidad es relacionada con la ropa de moda, cartelera del cine y maquillaje.
- ✓ **Revista en la web:**
  - **Enlaces:** la página web cuenta con enlaces a facebook y twitter.
  - **Videos:** la página web no cuenta con ningún enlace para videos.
  - **Blogs:** la página web no cuenta con ningún enlace no tiene blog.
  - **Publicidad:** la página web cuenta con gran material publicitario.

- ✓ **Preponderancia gráfica:** de acuerdo al análisis del contenido de la revista se considera que existe exceso de imágenes y cuadros que reducen la posibilidad de dar espacio a las redacciones.

Fueron, asimismo, observados estos indicadores en la revista *Cosmopolitan*, constatando las siguientes especificidades:

- ✓ **Periodicidad de la información:** la publicación de las ediciones es igualmente a la anterior, de carácter mensual, 12 ediciones al año.
- ✓ **Diseño y contenido de portadas y contraportadas:** todas las ediciones tienen la imagen de una mujer con escaso vestuario y pose sensual, tiene color llano de fondo y la foto es rodeada por, aproximadamente, entre siete y diez titulares y una o dos fotos tamaño carnet. La contraportada en ocasiones es publicidad y en otras *Cosmo Hombres* (suplemento de la revista dirigido a hombres).
- ✓ **Diseño (estructura general de la revista, secciones, titulares, colores, fotografías):** está dividida en 12 secciones cada una con su respectivo menú, con noticias de famosos, entrevistas, reportajes, comparaciones entre famosas con estilos similares, maquillajes, noticias sobre pasarela, moda y belleza. Sus titulares son sensacionalistas o frases textuales de los famosos, cuenta además con espacios de horóscopo, posición sexual de la semana y *cosmo recomienda*. El diseño de la revista es blanco y en ciertas notas hay cuadros de colores neón con letras en blanco que corresponden al material publicitario.
- ✓ **Redacción:** las redacciones dedican el 50 por ciento del contenido para tratar temas sobre sexo, y el restante porcentaje se divide entre la vida de los famosos, la descripción de la mujer perfecta en cuanto a belleza y la última tendencia de la moda.
- ✓ **Publicidad:** dedica espacios a la publicidad en ocho de cada diez páginas; en algunos casos son pequeñas y en otros ocupa la totalidad de la página.

✓ **Revista en la web:**

- **Enlaces:** la página web cuenta con enlace a redes sociales y páginas web como Grupo Televisa y comScore.
- **Videos:** su página web presenta videos sin necesidad de ir a otra dirección.
- **Blogs:** no cuenta con enlaces a blogs.
- **Publicidad:** la página web está llena de publicidad lo que resulta incómodo al momento de cambiar de sección, posee links a videos, blog y redes sociales.

- ✓ **Preponderancia gráfica:** de acuerdo al análisis del contenido de la revista se considera que existe exceso de imágenes y cuadros que reducen la posibilidad de dar espacio a las redacciones.

En resumen, de ambas revistas, se destaca que sus formatos les imprime interés para adolescentes y jóvenes; no obstante, no se aprovechan esas potencialidades por cuanto se tratan temas triviales en general, que de alguna manera entretienen a este tipo de lectores; pero lejos de constituir una vía para la formación y desarrollo de la personalidad en esas edades, distorsionan los intereses como así lo demuestran los resultados analizados de la encuesta y la técnica de los 10 deseos.

Otro resultado a tomar en consideración, partió de la guía aplicada (Ver Anexo 5), de la que se obtuvieron los criterios de los especialistas entrevistados que aparecen transcritos en el Anexo 9. Estos tres especialistas del periodismo, -de ellos dos alternan con la docencia en Educación Superior, específicamente en la carrera Periodismo-, afirman que el periodismo juega un papel preponderante en la formación de los ciudadanos debido a su esencia en la comunicación, porque a través de él se informa y se puede crear una sociedad de guerra o paz. *“Los periodistas a través de los medios de comunicación forman en los ciudadanos un criterio sobre las problemáticas del país y del mundo” (Luis Alvarado Loor, Periodista Diario El Universo).*

Particularmente con relación al tema opinan que la información que se publique en las revistas especializadas debe ser exclusiva para cierto target, en tanto una revista puede influir en el criterio, estilo de vida y en el desenvolvimiento de los jóvenes frente a ciertos grupos sociales. *“Cuando hablamos de una revista especializada, el periodista se va a encargar que solamente interese a ese grupo y obviamente que van a crear en esas personas una afinidad”* (Luis Alvarado Loor, Periodista Diario El Universo)

Para el docente y periodista Luis León Brito la tecnología ha cambiado el hábito de las personas, los jóvenes de hoy en día no leen medios impresos y solo le prestan atención a aquel en que publican temas de moda, belleza, cantantes entre otros.

León Brito afirma que desde el punto de vista pedagógico y periodístico la revista Generación 21 quiere hacer algo de pedagogía, pero les hace falta una orientación para evitar caer en temas triviales.

Asimismo manifiesta respecto a *Cosmopolitan*, que se trata de una revista de clase alta, para gente de mucho dinero, es una revista que no llega al pueblo y es ahí donde se evidencia el poder del periodismo porque gracias a esta revista se sigue manteniendo la división de las clases sociales.

En la actualidad la Ley de Comunicación que rige al periodismo y los medios tiene como objetivo que el contenido de las publicaciones sea verificado y contrastado, debe ser oportuno, objetivo y tener menos subjetividad. A propósito de ello Alvarado Loor plantea: *“Si antes nadie cumplía las normas de periodismo en el contenido y publicación de periódico o revistas, está casi obligado a cumplir esas normas con la Ley de Comunicación”*.

Para que los dueños de estas revistas mejoren su calidad y tengan éxito con su medio deben ser profesionales *“deben leer mucha psicología, mucha pedagogía, tienen que*

*tener un asesor pedagogo” e inmiscuirse dentro de los jóvenes preguntarles ¿qué quieren? hacerlos intervenir dentro de las revistas” (Luis León Brito, docente y periodista).*

Al reflexionar sobre las consideraciones de estos especialistas, se confirma la idea que los medios de comunicación actúan de forma relevante en la formación de la ciudadanía y por tanto, de los adolescentes, precisamente por ser la etapa en que se busca la confirmación de la independencia, la identidad y la imagen, desde los estereotipos y patrones más fáciles y atractivos.

A la par de estas entrevistas, también fueron consultados los docentes de la Unidad Educativa Fiscomisional “Santa María de Mazzarello”, con el objetivo de identificar las apreciaciones que poseen acerca del comportamiento de las estudiantes y la posible influencia de los medios de comunicación sobre determinadas conductas observadas por ellos mismos en los salones de clase y otras actividades (Ver Anexo 6). Fueron entrevistados cinco docentes que promedian, aproximadamente, 10 años dedicados a la labor educativa.

La transcripción textual de estas entrevistas se encuentra en el Anexo 10 y los criterios ofrecidos coinciden con las generalidades hasta ahora planteadas. Consideran que existen ciertas actitudes en los estudiantes que denotan escasa orientación desde lo personal y también el futuro profesional y falta de responsabilidad en correspondencia con las edades.

Por otra parte, manifiestan que es evidente que una buena parte de ellas no encuentran la confianza ni respuestas a sus inquietudes en el ámbito familiar y acuden a las revistas, dejándose llevar por los temas más triviales que asimismo influyen de manera importante en su comportamiento hasta el grado de la imitación.

De los medios de comunicación aprecian que se dirigen más hacia la publicidad que a la importante tarea social de formar ciudadanos.

Los docentes coinciden que es responsabilidad de la escuela y de todos los agentes educativos, estimular a las estudiantes en el desarrollo del pensamiento y que por supuesto, una orientación hacia la buena lectura y en función de habilidades de análisis crítico, puede ser un factor importante para ello.

Finalmente, es significativo destacar que los resultados obtenidos a través de los diferentes instrumentos de diagnóstico aplicados, aportan a la caracterización que se proyectó como segundo objetivo específico y que efectivamente corroboran el problema formulado que motivó este proceso investigativo. Los criterios valorativos coinciden en que existe una influencia desfavorable en el comportamiento y el desarrollo intelectual y cultural de las estudiantes que son asiduas lectoras de las revistas *Generación 21* y *Cosmopolitan*.

### **3.2 Análisis y discusión**

El propósito fundamental de este trabajo ha sido, analizar, a través de la investigación, la influencia del contenido de ciertas revistas sobre la formación de estudiantes de bachillerato general unificado.

Para ello se inició con la sistematización de los referentes teóricos más trascendentales en esta investigación. A tenor de todo lo plasmado, se evidencia la importancia de la comunicación para el ser social de todos los tiempos y mucho más de los actuales en que los medios han tenido una evolución tan significativa y que están directamente involucrados en la educación y la formación de las nuevas generaciones.

Se reflexiona, asimismo, que es obvia la importancia de los medios de comunicación para construir la identidad en los adolescentes por medio de la información suministrada en textos, imágenes y sonidos, ellos están constantemente comparando la realidad del mundo, su propia realidad, a partir de la información proporcionada por los



medios de comunicación, se alimentan de estereotipos o modelos a seguir según la sociedad y así van creando una ideología y una forma de actuar en el transcurso de su vida, que será difícil de enmendar si no tuvo un inicio consecuente con los patrones de la sociedad en que ha de desenvolverse.

Según los especialistas, las revistas juveniles deben cumplir con las funciones del periodismo que son informar, entretener, formar y persuadir, en lo cual se sustenta el poder del propio periodismo en tanto influye en la formación de los ciudadanos. A través de los medios de comunicación ya sea impresos, radiales o televisivos se publica información de todo tipo, de cualquier parte del mundo y los adolescentes se encargan de repetir comportamientos y actitudes de las figuras a las que llegan a admirar.

En igual sentido, se logró, a través de la aplicación de una metodología de diagnóstico caracterizar el grupo estudiado y revelar las preocupaciones e inquietudes que bien pueden ser las mismas en una significativa parte de los adolescentes del país, sin que por supuesto, ello se trate de generalizar.

Como ya se ha expuesto en este informe del proyecto, la adolescencia es una etapa de ciclo vital en la que ocurre un conjunto de cambios que preparan al sujeto para cumplir determinados roles sociales propios de la vida adulta, tanto en el ámbito profesional como en las relaciones con la familia, los amigos, es decir, se distingue por la aparición del pensamiento conceptual teórico y un nuevo nivel de autoconciencia, la formación de la identidad personal y el apareamiento de una autovaloración más estructurada con la presencia de juicios y normas morales.

En las adolescentes que han sido sujetos de estudio, se aprecian variaciones de intereses, preferencias, modas, formas de expresión y actitudes, que están determinadas

por las influencias sociales y educativas que sobre ellas se ejercen: la familia, la escuela, los amigos, los hábitos, el futuro, los ideales.

Entre esos mismos resultados, llama la atención la falta de coherencia por parte de las estudiantes que se refleja al momento de elegir sus temas de preferencia, ya que por un lado expusieron que preferían las revistas de entretenimiento, arte y científicas; pero al momento de elegir sus temas relacionaron temas de belleza y farándula; lo que demuestra la necesidad de orientar la actividad de lecturas en este grupo de jóvenes como modo de conducir sus gustos y preferencias en función de un desarrollo cultural.

Por otra parte, se demuestra que las adolescentes tienen ideas y preferencias apegadas a la fantasía debido a las percepciones de la etapa en que viven, de los modelos que ven en los medios y que ejercen influencia en sus pensamientos como ideales de vida así como sus preocupaciones del futuro, para ellas es prioridad conocer a sus ídolos famosos antes que ser profesionales.

Desde esa óptica, muchos de los adolescentes identifican el mundo real con lo que observan en los medios de comunicación, exposición de violencia, explotación del sexo o los modelos estereotipados que se presentan y que provocan en ellos la distorsión de valores desembocando comportamientos violentos y de riesgo, ya que no logran distinguir, en algunos casos, entre lo que les aporta de forma positiva o negativa.

Al describir a un adolescente, en ocasiones se recurre a identificarlos como rebeldes, maleducados, irrespetuosos e indisciplinados y en otras, como solidarios, creativos, comprometidos. Debe tenerse presente que el afán de realismo puede confundir la conciencia de los jóvenes si no existe una correcta orientación por parte de los padres, de la escuela, en lo que es importante el control de los horarios y publicaciones de los diversos medios de comunicación.

La escuela, junto al hogar, compone el medio en el que se desarrolla el adolescente, en el que buscan las respuestas; mientras que en su grupo satisfacen la necesidad de aceptación; pero constituye también elemento esencial la sociedad y de ella, particularmente, la comunicación en todas sus funciones y estructuras que actúa directamente y en correspondencia con la actividad.

De acuerdo con todo lo anterior, se comprueba que los medios sí pueden influir en los adolescentes porque constituyen un espejo para ellos, la mayoría de los adolescentes buscan información y nuevas experiencias en los variados medios y estos pueden brindar información clara, confusa, científica objetiva y tendenciosa de acuerdo a los programas y campañas publicitarias de su preferencia.

Dentro de los medios comunicacionales, las revistas ofrecen un grupo de valores que las adolescentes absorben, les proponen sueños de triunfo y belleza y consejos para alcanzarlos mediante anuncios de cosmética que pretenden convertir a las mujeres perfectas. Una de las características de las revistas es la reiterada presentación de temas relacionados a la estética obviando otros como la formación, salud o cultura; inclusive en cuestiones de belleza insisten en crear patrones difíciles de conseguir de forma natural e instan a recurrir a la cirugía estética.

Al hacer resumen de los aspectos teóricos asumidos y de los resultados metodológicos alcanzados, de los cuales se han abordado algunos comentarios generales en este epígrafe, se analiza por esta autora, que las revistas juveniles, particularmente las dos a las cuales se dedicó este estudio, son para las estudiantes un recurso que solo les permite aprender de las tendencias de la moda y conocer sobre farándula, si un adolescente admira a Beyonce, Miley Cyrus o Taylor Swift, y tiene un medio mediante el cual se informe de cómo viste, qué come, qué hace, cómo se comporta, hará todo lo que esté a su

alcance para vestir y actuar de forma similar o idéntica a la famosa o famoso como expresión de su admiración y forma desmedida de ganar popularidad y respeto ante sus compañeros.

Estas consideraciones confirman entonces, la corroboración del problema del cual surgió esta investigación ya que, con la teoría asumida y los resultados obtenidos de las entrevistas y técnicas usadas se pudo determinar que existe una influencia desfavorable entre aquellas estudiantes que leen las revistas *Generación 21* y *Cosmopolitan*.

Esta última apreciación revela la pertinencia e importancia del estudio, si se tiene en cuenta además, el hecho de haber abordado la comunicación en un grupo poblacional tan susceptible como la adolescencia y el fundamento legal identificado en la Constitución de la República de Ecuador y la Ley Orgánica de Comunicación.

## CONCLUSIONES

Independientemente que en cada uno de los capítulos de este informe se han reflejado conclusiones parciales, corresponde plantear de manera general que de acuerdo a lo proyectado para este proceso investigativo, se logró la sistematización de los referentes teóricos desde la concepción de la comunicación y la relación que existe entre el contenido de las revistas con la formación de las estudiantes.

Así mismo, a través de los resultados del diagnóstico que conllevaron a la caracterización prevista, se corroboró el problema del cual partió esta investigación y se determinó la influencia desfavorable que ejerce el contenido de las revistas *Generación 21* y *Cosmopolitan* sobre la formación de las estudiantes de bachillerato general unificado en la Unidad Educativa Fiscomisional "Santa María Mazzarello".

Consecuentemente fue cumplido el objetivo general formulado y quedó de esta forma fundamentada la pertinencia de la investigación.

## **RECOMENDACIONES**

Se considera sumamente importante como experiencias resultantes de este proceso investigativo, recomendar:

- ✓ Desde el plano comunicacional y periodístico, advertir las percepciones que los adolescentes de hoy tienen respecto a sus experiencias, opciones de vida y su futuro para la correcta publicación periodística de los diferentes medios de comunicación.
- ✓ En el contexto de la escuela y la familia, proyectar actividades de orientación de lectura en este colectivo de adolescentes, como modo de conducir sus gustos y preferencias hacia intereses que le reporten un desarrollo de su cultura.
- ✓ Como ciudadanos, comprender y ayudar a formarse y crecer a una adolescencia responsable, respetuosa, tolerante y solidaria.

Finalmente, no es ocioso precisar que los adolescentes constituyen alrededor del 25 por ciento de la población ecuatoriana. Por ello, este estudio desde una óptica quizás más ambiciosa, pretende constituir una modesta contribución social, a partir de haber expuesto la influencia que ejercen los medios de comunicación y en consecuencia alertar sobre los riesgos, toda vez que se han identificado las principales preocupaciones y preferencias de un grupo poblacional tan importante para el futuro de la sociedad.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, C. (1992). *La escuela en la vida*. Editorial Pueblo y Educación. La Habana. Cuba. Recuperado de: [https://scholar.google.com.ec/scholar?as\\_q](https://scholar.google.com.ec/scholar?as_q).
- \_\_\_\_\_ (1998). *La Pedagogía como ciencia o Epistemología de la Educación*. Editorial Félix Varela. La Habana.
- Barella, J. (et al.) (2002). *Conocimientos y actitudes sobre sexualidad de los adolescentes de nuestro entorno*. Granada, Medicina de Familia Andalucía, vol. 3, n° 4.
- CAREY, J. (1992). *Communication as Culture. Essays on Media and Society*. Nueva York. Routledge.
- Carpizo, J. (1999). *Los medios de comunicación masiva y el Estado de derecho, la democracia, la política y la ética*. En Boletín Mexicano de Derecho Compartido. Nueva serie, Año XXXII, No. 96.
- *Código de la Niñez y Adolescencia*, publicado por Ley No. 100. En Registro Oficial 737 de 3 de Enero del 2003.
- Fisque, J. (1984). *Introducción al estudio de la Comunicación*. Editorial Norma. Colombia.
- Freire, M. (2016). *Lenguaje y Comunicación 8vo año de educación general básica*. Ministerio de Educación. Ecuador.
- Flores de Gortari, S. (1998). *Hacia una comunicación administrativa integral*. Ediciones Trillas segunda edición México.
- Hamann, J. (1777). *Definición de Periodismo*. Recuperado de: <http://comunicando-condor.blogspot.com/2009/01/los-generos-periodisticos.html?view=flipcard>.
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (1998) *Metodología de la Investigación*. Editorial McGraw-Hill, México.

- Herrán, M. y Restrepo, J. (2005). *Ética para periodistas*. Editorial Bogotá: Grupo Editorial Norma, Colombia. Recuperado de: <https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=V79NSrBRsIEC&oi=fnd&pg=PA295&dq=Periodismo>.
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Editorial De la torre: Madrid
- Kaplún, M. (2001). *A la educación por la comunicación: La práctica de una comunicación educativa*. 2da edición. Ediciones CIESPAL: Quito. Recuperado de: <file:///C:/Users/ACER/Downloads/LFLACSO-Kaplun-126221-PUBCOM.pdf>
- Kovach, B. y Rosenstiel, J. (2012). *Los Elementos del Periodismo*. Santillana Ediciones Generales S. L. Madrid. Recuperado de: [www.librosaguilar.com](http://www.librosaguilar.com)
- *La Biblia*. (2001). *Libro Éxodo (20,13)*. Editorial Grijalbo. Colombia.
- *La Biblia*. (2001). *Levítico (18, 22; 21,13)*. Editorial Grijalbo. Colombia.
- Lamb, Hair, McDaniel. (2002). *Marketing. Sexta edición*. Editorial Thompson. México.
- Organización Mundial de la Salud OMS. (2001). *Informe sobre Sexualidad*. Guatemala. Recuperado de: <https://prezi.com/gieitlqq2-th/el-informe-de-la-organizacion-mundial-de-la-salud-oms-sobr/>.
- Santillana (1996). *Lenguaje y Comunicación para tercero de básica*. Editorial Santillana.
- Prieto, D. (1999). *La Comunicación en la Educación*. Ediciones CICCUS la Crujía.
- República de Ecuador. *Constitución de la República del Ecuador 2008*. Publicado Registro Oficial # 449.
- República de Ecuador. *Ley Orgánica de Comunicación*. Registro Oficial. Año 1, N° 22, junio de 2013.
- Revistas. (n.d). Capítulo 1. Recuperado de: [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/ldf/saucedo\\_r\\_kl/capitulo1.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldf/saucedo_r_kl/capitulo1.pdf)



- Revista digital de la Universidad de padres online. (2012). *Entrevista al Dr. Pedro Lucas, Psicólogo y Sexólogo Clínico*. Granada. España. Recuperado de: <http://revista.universidaddepadres.es/>
- Rivadeneira P. R. (1998). *Periodismo: la teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*. Recuperado de: <http://www.gandhi.com.mx/periodismo-la-teoria-general-de-los-sistemas-y-la-ciencia-de-la-comunicacion>.

## **ANEXOS**

## ANEXO 1

### Cálculo muestral por el método de selección aleatorio simple.

Dónde:

|                                  |      |
|----------------------------------|------|
| N: Tamaño de la población        | 227  |
| Z: Valor estandarizado           | 1,96 |
| P: Probabilidad de ocurrencia    | 0,5  |
| Q: Probabilidad de no ocurrencia | 0,5  |
| e: Error muestral                | 0,05 |

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

Sustituyendo los valores:

$$n = \frac{(227)(3.84)(1)}{0.025 (226) + (3.84)}$$

$$n = \frac{871.68}{5.65 + 3.84}$$

$$n = \frac{871.68}{9.49}$$

|                                      |
|--------------------------------------|
| $n = 92$ Tamaño óptimo de la muestra |
|--------------------------------------|

La selección de las 92 participantes de la muestra se realizó a partir de enumerar de forma consecutiva al total de las estudiantes y de acuerdo a la tabla de números de aleatorios definir específicamente las integrantes de la muestra para la aplicación de los instrumentos de diagnóstico.

## ANEXO 2

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO  
CARRERA PERIODISMO

### ENCUESTA A APLICAR A ESTUDIANTES

**Estimada estudiante:** la presente encuesta posee la finalidad de conocer sus criterios acerca de diferentes revistas y sus contenidos, con vistas al proceso investigativo que se desarrolla como trabajo de titulación de la Licenciatura en Periodismo; es por ello que le agradezco anticipadamente su amable colaboración a partir de que sus respuestas sean lo más exactas posibles.

Edad: \_\_\_\_\_ años

Curso: \_\_\_\_\_

1. De las siguientes revistas señale las que lee con cierta frecuencia y clasifique su nivel de agrado:

| Revistas:  | Cuál lee con frecuencia  | Nivel de agrado          |                          |                          |                          |                          |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
|  |                          | E                        | MB                       | B                        | R                        | M                        |
| <input type="radio"/> Generación 21                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="radio"/> Tú                           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="radio"/> De 15 a 20                   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="radio"/> Cosmopolitan                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="radio"/> Caras                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="radio"/> Otra (especifique):<br>_____ | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

2. Señale el tipo de revista que prefiere:

- Informativa
- Deportiva
- Salud
- Entretenimiento
- Ciencia
- Científica
- Arte
- Otra  (especifique): \_\_\_\_\_

Nota: Si declaró leer las revistas Cosmopolitan y Generación 21, debe continuar con las siguientes preguntas, de lo contrario no es necesario continuar y le agradecemos su colaboración.

3. ¿Qué secciones usted prefiere leer en las revistas Cosmopolitan y Generación 21?

- Farándula
- Cine
- Deportes
- Belleza
- Otra  (especifique): \_\_\_\_\_

4. ¿Con que frecuencia usted lee las revistas Cosmopolitan y Generación 21?

- Semanal
- Mensual
- Quincenal
- Anual

5. ¿Considera que el contenido de las revistas Cosmopolitan y Generación 21, contribuye a su formación? ¿Por qué?

Sí  No  ¿Por qué?: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

6. ¿Sobre qué temas le gustaría que trataran estas revistas?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Leyenda para responder la pregunta 2.-** En el nivel de agrado: E (excelente); MB (muy buena); B (buena); R (regular); M (mala)

Guayaquil, agosto de 2016

### ANEXO 3

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO  
CARRERA PERIODISMO

#### TÉCNICA DE LOS 10 DESEOS

**Estimada estudiante:** como continuidad del proceso investigativo con el que anteriormente ya colaboró al responder la encuesta, le agradeceremos nuevamente su valioso aporte al ofrecernos la información sobre sus diez deseos más importantes en un orden del uno (1) al diez (10). Le reiteramos nuestro agradecimiento.

Mis deseos son:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_
6. \_\_\_\_\_
7. \_\_\_\_\_
8. \_\_\_\_\_
9. \_\_\_\_\_
10. \_\_\_\_\_

Guayaquil, agosto de 2016

## ANEXO 4

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO  
CARRERA PERIODISMO

### ESTUDIO DOCUMENTAL. GUÍA DE ASPECTOS A REVISAR EN EL CONTENIDO DE LAS REVISTAS

**Objetivo:** Identificar las características esenciales de las Revistas Generación 21 y Cosmopolitan, a partir de determinadas normas periodísticas, como consideración para el análisis de la influencia que ejercen estas revistas sobre la formación de las estudiantes de bachillerato general unificado de la Unidad Educativa Fisco misional "Santa María Mazzarello".

- **Aspectos a revisar:**

- ✓ Periodicidad de publicación
- ✓ Diseño y contenido de Portadas y Contraportadas
- ✓ Diseño (estructura general de la revista, secciones, titulares, colores, fotografías)
- ✓ Redacción (textualidad, pertinencia)
- ✓ Enlaces
- ✓ Videos
- ✓ Blogs
- ✓ Publicidad
- ✓ Preponderancia gráfica

Guayaquil, agosto de 2016

## ANEXO 5

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO  
CARRERA PERIODISMO

### GUÍA DE ENTREVISTA A ESPECIALISTAS

**Objetivo:** Generalizar los criterios de especialistas del periodismo que han combinado su profesión con el ejercicio docente, respecto a la influencia del contenido de determinadas revistas juveniles en la formación de estudiantes y jóvenes en general, en ocasión del desarrollo de un proceso investigativo para la obtención del título de Licenciatura en Periodismo.

#### Guía de aspectos para el desarrollo de la entrevista:

- Presentación.
- Creación del ambiente favorable para la entrevista con la información del objetivo y el previo agradecimiento a la colaboración.
- Sobre la experiencia periodística del entrevistado:
  - ✓ Inicios, interés y motivación personal por el periodismo
  - ✓ Años en el ejercicio del periodismo; años en el ejercicio de la docencia particularmente de periodismo
- Aspectos relativos a la temática en estudio:
  - ✓ Experiencias de trabajo con jóvenes y adolescentes
  - ✓ Criterios sobre el papel del periodismo en la formación de los(as) ciudadanos/as
  - ✓ Sobre los aspectos esenciales al redactar y publicar una información
  - ✓ Criterios sobre la influencia de las revistas juveniles en los(as) jóvenes y en la sociedad en general
  - ✓ Características y contenido de las revistas que las hacen atractivas
  - ✓ Opinión tiene desde el punto de vista periodístico y pedagógico sobre las revistas juveniles (Ejemplos: Generación 21 y Cosmopolitan)
  - ✓ Valoración del cumplimiento de las normas del periodismo en el contenido y publicación de Revistas
- Alguna otra valoración que desee expresar el entrevistado
- Agradecimientos

Guayaquil, agosto de 2016



## ANEXO 6

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO  
CARRERA PERIODISMO

### ENTREVISTA A DOCENTES DE LA UNIDAD EDUCATIVA FISCOMISIONAL "SANTA MARÍA MAZZARELLO".

**Objetivo:** Identificar las apreciaciones que poseen los docentes acerca del comportamiento de las estudiantes y la posible influencia de los medios de comunicación sobre determinadas conductas.

#### **Guía de aspectos para el desarrollo de la entrevista:**

- Presentación.
- Creación del ambiente favorable para la entrevista con la información del objetivo y el previo agradecimiento a la colaboración.
- Aspectos relativos a la temática en estudio:
  - ✓ Sobre manifestaciones y falta de formación entre las estudiantes, que se constata en la clase.
  - ✓ Opinión acerca de la influencia que puede ejercer la lectura de revistas juveniles sobre la conducta de las estudiantes.
- Alguna otra valoración que desee expresar el entrevistado
- Agradecimientos

Guayaquil, agosto de 2016

## ANEXO 7

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO  
CARRERA PERIODISMO

### RESULTADOS DE ENCUESTAS.

Los resultados que se presentan en los cuadros y figuras a continuación, constituyen el sustento estadístico de parte del análisis plasmado en el capítulo del marco metodológico. En este caso, la metodología utilizada para la realización del estudio estuvo basada en la respuesta a un cuestionario de seis preguntas dirigidas a las estudiantes de bachillerato general unificado, mediante encuesta realizada en el mes de agosto de 2016 en que participaron 92 estudiantes (adolescentes).

**Cuadro 1. Revistas más leídas por las estudiantes. Agosto de 2016**

| Revista         | TOTAL | Nivel de agrado |    |    |    |    |
|-----------------|-------|-----------------|----|----|----|----|
|                 |       | E               | MB | B  | R  | M  |
| GENERACIÓN 21   | 63    | 9               | 11 | 18 | 15 | 10 |
| TU              | 18    | 4               | 5  | 6  | 2  | 1  |
| DE 15 A 20      | 14    | 0               | 3  | 7  | 2  | 2  |
| COSMOPOLITAN    | 40    | 6               | 1  | 6  | 16 | 11 |
| CARAS           | 11    | 0               | 1  | 6  | 3  | 1  |
| OTRAS:          | 11    | 4               | 3  | 0  | 2  | 0  |
| ESTADIO         | 3     | 0               | 1  | 0  | 2  | 0  |
| DOMINGUERO      | 3     | 2               | 1  | 0  | 0  | 0  |
| LA FUENTE       | 1     | 1               |    |    |    |    |
| ICONOS          | 1     |                 | 1  |    |    |    |
| VISTAZO - HOLA  | 1     | 1               |    |    |    |    |
| PERIODICO       | 1     |                 | 1  |    |    |    |
| SIN ESPECIFICAR | 1     |                 |    |    |    |    |

Fuente: Encuesta a estudiantes; preg. 1.

Elaborado por la autora.

**Cuadro 2. Preferencias de tipos de revistas. Agosto de 2016**

| Tipo de revista     | No. | %    |
|---------------------|-----|------|
| Informativa         | 5   | 5,4  |
| Deportiva           | 10  | 10,9 |
| Salud               | 5   | 5,4  |
| Entretenimiento     | 29  | 31,5 |
| Científica          | 17  | 18,5 |
| Arte                | 24  | 26,1 |
| Otras:              | 2   | 2,2  |
| Especializadas      | 1   |      |
| Lecturas de autores | 1   |      |

Fuente: Encuesta a estudiantes; preg. 2.  
Elaborado por la autora.

**Cuadro 3. Preferencias de secciones en la lectura de revistas. Agosto de 2016**

| Secciones  | No. | %     |
|------------|-----|-------|
| Farándula  | 24  | 26,09 |
| Cine       | 15  | 16,30 |
| Deportes   | 15  | 16,30 |
| Belleza    | 27  | 29,35 |
| Otras:     | 11  | 11,96 |
| Tecnología | 7   |       |
| Música     | 1   |       |
| Biografías | 1   |       |
| Acción     | 1   |       |
| S/E        | 1   |       |

Fuente: Encuesta a estudiantes; preg. 3.  
Elaborado por la autora.

**Cuadro 4. Frecuencia de lectura de las revistas Generación 21 y Cosmopolitan, entre las estudiantes. Agosto de 2016**

| Frecuencia de lectura de las revistas | No. | %    |
|---------------------------------------|-----|------|
| Semanal                               | 39  | 37,9 |
| Mensual                               | 45  | 43,7 |
| Quincenal                             | 14  | 13,6 |
| Anual                                 | 5   | 4,8  |

Fuente: Encuesta a estudiantes; preg. 4.  
Elaborado por la autora.

**Cuadro 5. Temas que prefieren que tratasen las Revistas Generación 21 y Cosmopolitan. Agosto de 2016.**

| Temas            | No. | %     |
|------------------|-----|-------|
| Tips de belleza  | 30  | 32,6  |
| Cursos de cocina | 20  | 21,7  |
| Tecnología       | 13  | 14,1  |
| Arte             | 18  | 19,6  |
| Vida saludable   | 11  | 12,0  |
| Total            | 92  | 100,0 |

Fuente: Encuesta a estudiantes; preg. 6.  
Elaborado por la autora.

## ANEXO 8

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO  
CARRERA PERIODISMO

### RESULTADOS DE LAS TÉCNICA DE LOS 10 DESEOS.

**Cuadro 6. Los deseos más significativos entre los diez declarados por las estudiantes. Agosto de 2016.**

| SUEÑOS                           | %            |
|----------------------------------|--------------|
| Conocer a sus artistas favoritos | 64,0         |
| Ser famosas                      | 12,0         |
| Chatear en redes sociales        | 10,0         |
| Ir de compras                    | 7,0          |
| Ser profesionales                | 5,0          |
| Otros                            | 2,0          |
| <b>Total</b>                     | <b>100,0</b> |

Fuente: Técnica de los 10 deseos; Anexo 3.

Elaborado por la autora

## ANEXO 9

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO  
CARRERA PERIODISMO

### RESULTADOS DE LA ENTREVISTA A ESPECIALISTAS

**Periodista y docente: Luis Alfredo León Brito.**

**Ejerce la docencia en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.**

“A mí realmente el periodismo empezó a gustarme creo yo desde la escuela pero me gustó más en el colegio, porque yo veía las noticias la televisión, radio y por ejemplo veía un partido de fútbol en el que El Nacional quedó campeón y yo inventé un titular: *‘Nacional Campeón Nacional’*; escribí eso cuando estaba en cuarto curso del colegio Maldonado y vi en un periódico: *‘Nacional Campeón Nacional’*; yo saltaba de alegría y me gustaba porque me gustaba el periodismo y porque también quería ver cómo se escriben las verdades y porque quería cambiar al mundo. Cuando terminé el bachillerato quise ser abogado primero para combatir la injusticia y cuando yo llegué a la facultad de filosofía a hacer mi trámite primero vi que había una escuela de periodismo en la Universidad de Guayaquil, entonces me matriculé en periodismo es decir mi profesión es por vocación”.

“Los aspectos que deben tener es la objetividad uno tiene que ser objetivo, no es que sea imparcial no porque la imparcialidad no existe realmente, uno siempre está pegado, sesgado a una ideología, a un pensamiento a una creencia. Lo que tiene que tener uno es objetivo que significa esto, es decir las cosas como son y siempre tratando de buscar la verdad, evitando tergiversarlas, evitando manipularlas”.

“Wao! Un papel preponderante, he llegado a la conclusión de que el periodismo. Un periodista Irlandés lo consideró como el cuarto poder del Estado y aquí en Ecuador ya no hay cuarto poder de Estado porque los poderes del Estado desaparecieron, ahora hay funciones y por el orden nos tocaría la sexta función, en verdad es una función pero en cuanto a poderes se refiere yo lo considero el primer poder en el mundo por la comunicación porque con la comunicación usted conoce la verdad, con la comunicación, con los medios de periodismo usted crea una sociedad, usted puede ayudar a la paz como estamos viendo con Colombia y las FARC, si el periodismo estuviera en contra de la formación de la paz y le siguiera el juego a Uribe entonces viviría diciendo que hay que sancionar a estos culpables, el periodismo les dio el nombre de marco guerrilla pero ahora no , ahora le dan solo como Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia.” “El periodismo es un poder que influye muchísimo en la formación de la ciudadanía”.

“Lamentablemente en la actual sociedad no hay una cultura de lectura, los jóvenes no leen las revistas realmente, con la tecnología están dedicados al facebook están dedicados al Instagram, solo a las redes sociales que son un gravísimo peligro entonces las revistas sí pueden influenciar, han influenciado mucho también porque antes de la tecnología había revistas para niños había revistas para jóvenes incluso en los periódicos sacaban

suplementos con figuras o comics entonces sí es muy importante, ojala en algún momento pues puedan las revistas de alguna manera influenciar en los jóvenes”.

“Bueno atractivas, atractivas se fijan en que se identifiquen con ellos porque cuando ven un periódico, una revista para adultos no le dan mucho interés, pero cuando ven cosas de modas, de cantantes, de anécdotas juveniles si le prestan atención en ese aspecto”.

“Desde el punto de vista periodístico y pedagógico Generación 21 quiere hacer algo de pedagogía, pero falta alguien, necesitamos a alguien que, dé una orientación, de un pedagogo que oriente a la juventud Generación 21 más se dedican a cuestiones muy triviales. En cuanto a Cosmopolitan en cambio es una revista para gente de clase alta, de mucho dinero, esa revista no lleva al pueblo como influye porque la gente que compra y ve Cosmopolitan se identifica con ese tipo de gente y se mantiene la diferencia de clase social y se mantiene la clase alta, en definitiva, Cosmopolitan es cómo podríamos decir aquel medio de comunicación que mantiene la clase alta. Entonces se da cuenta como el periodismo sí influye muchísimo porque en Cosmopolitan no hay unos casos de un hombre pobre, no hay unos casos que la persona haya surgido a través del esfuerzo propio”.

“Bueno ahora tratan con la nueva Ley de Comunicación, se está intentando, pero todavía falta, porque antes se manejaba como quería el dueño, como quería el editor, o como creía el reportero o como creía el periodista, especialmente aquellos que manejaban una opinión y también los dueños de empresas periodísticas ellos pensaban en su ideología en su interés personal y de esta manera publicaban pues lo que les parecía y alguien no podía sino está de acuerdo o le acusaban de algo en falso o denunciaban este sujeto quedaba estigmatizado para toda la vida porque ni siquiera hacían la aclaración, pero ahora con la nueva ley con las normas entonces no solamente el asunto de autocensura sino que ya la ley también los obliga”.

“Primero que deben ser profesionales deben leer mucha psicología mucha pedagogía tienen que tener un asesor pedagogo y segundo inmiscuirse dentro de los jóvenes para preguntar qué quieren que desearían ustedes tener hacerles intervenir dentro de las revistas como participes como que opinión o también que escriban de pronto si escriben bien o mal no importa, pero es su expresión porque a través del periodismo se les puede formar”.

**Periodista y docente: Karla López Cedeño**

**Editora de la Revista Informar de la Cámara Marítima del Ecuador**

**Periodista profesional con 9 años de experiencia en televisión y prensa.**

**Máster en Relaciones Internacionales por la Universidad de Belgrano de Buenos Aires-Argentina.**

**Trabajó en el canal de televisión Telerama Noticias como redactora internacional y reportera de noticias durante casi 5 años.**

**Ejerce la docencia en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.**

“Mis primeras experiencias como periodista las viví en el proceso de pasantías que debía cumplir previo a la obtención de mi título como Periodista Profesional en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Empecé en Diario EL COMERCIO, a través de este medio pude pulir mi redacción y aprendí nuevas estrategias para investigar, y acceder a la fuente clave y documental. Luego de 3 meses pasé a RADIO CARAVANA, ahí perfeccioné mi locución y redacción bajo el formato radial. Después incursioné en CANAL UNO, donde fortalecí mis conocimientos en edición para tv, y adquirí mayor elocuencia y fluidez al momento de entrevistar, o dialogar. Finalmente TELERAMA que opera junto a CANAL UNO, me contrata como redactora internacional; y al término de dos años me ascienden a reportera de noticias, un cargo que me permitió entrevistar a conocidos personajes (por ej. Presidente Rafael Correa, Alcalde Jaime Nebot, Oscar Arias quien es Premio Nobel de la Paz) y también a desconocidos personajes que acceden al periodista con un fin: que medie y les ayude a informar sus necesidades ante las autoridades, con el propósito de que sean satisfechas”.

“Tengo experiencia de trabajo con jóvenes desde el ámbito académico. A los discentes se les enseña cómo hacer un verdadero periodismo, aplicando las nuevas tendencias en periodismo investigativo, en edición, locución, redacción, etc. Un periodista mal informado es un periodista que ignora la verdad y se conforma con la mediocridad”.

“Las revistas Generación 21 u otras, apuntan a crear en los jóvenes y adolescentes cierta dependencia respecto a la lectura de sus noticias y entrevistas a sus personajes favoritos, etc. Ellos esperan ansiosamente cada edición para leerla y poner en práctica los consejos que brindan en diversos temas. La revista especializada antes mencionada influye en el modo de pensar, de opinar de los jóvenes, los motiva a apropiarse de estereotipos y muchas veces adoptar el comportamiento y actitudes de las figuras a las cuales llegan a admirar los jóvenes. Por ello hay que practicar un periodismo responsable, que permita usar el medio escrito como plataforma para difundir valores y fortalecer la ética en cada uno de los lectores. El medio debe cumplir su misión de acuerdo a este orden: primero educar, luego informar, y finalmente entretener”.

“En una revista la parte más importante es la portada, esa debe atraerme al momento de comprarla y motivarme a leer las primeras páginas del ejemplar. La suma de estos elementos claves: diagramación, estilo de redacción (géneros y formatos), fotos, y colores visibilizan más la revista en el stand dónde la estén vendiendo”.

“Los temas trabajados en la revista, previamente son aprobados por una comisión editorial, de ahí se da paso al proceso de investigación y coordinación de las entrevistas a realizar en x tema. El olfato periodístico y la habilidad para obtener una información documentada, verbalizada, u off the record, depende del carácter, paciencia, perseverancia del periodista. En las revistas se trabajan con una fecha de cierre de edición. Antes de la misma deben estar listos en diseño y estructura los reportajes, artículos, entrevistas, publrreportajes, editorial, portada, y artes publicitarios, etc. Cuando este material está listo se aprueba el conocido machote para dar paso a la impresión del ejemplar y luego de tres días se continua con la distribución de la revista en los puntos claves de venta”.

“Consideró que las revistas sí cumplen las normas del periodismo en su contenido y publicación. La Ley de Comunicación que rige al periodismo y medios nos lleva hacer responsables en lo que emitimos, redactamos. Antes de publicarlo contrastamos, verificamos fuentes, corroboramos que el entrevistado esté de acuerdo en ser citado en la nota que estoy elaborando. Si el entrevistado pide no ser mencionado al ser una fuente informal, uno debe respetar aquello y guardar la identidad del mismo, informando lo que mi fuente me declaró sin citar su nombre (por ej. según involucrados en el sector marítimo-portuario el costo del flete desde la zona de influencia económica hacia el nuevo puerto de Posorja aumentará en un 50%), no revelé su nombre ni apellido pero sí informé lo coyuntural, que el flete subirá”. Asimismo reconozco que las revistas utilizan en sus redacciones una variedad de géneros y formatos que enganchan a su target en la lectura de sus noticias”.

Guayaquil, septiembre de 2016



**Periodista: Luis Alvarado Loor**

**Periodista de Diario El Universo (12 años de experiencia en el medio impreso).  
Labora en la sección de seguridad. Redactor de la sección política de El Universo.**

**15 años ejerciendo el periodismo. Ha incursionado en los tres medios: radio,  
televisión y prensa escrita.**

**No ejerce la docencia**

“Inicié la carrera del periodismo trabajando en radio tricolor. Esta oportunidad surgió en Radio Laica, cuando realizaron un pedido de estudiantes para que hagan prácticas en el medio. De los diez estudiantes que fuimos enviados, sólo tres discentes permanecieron en el medio radial. En ese momento se confirmó el interés y motivación de trabajar en los medios en bienestar de la comunidad”.

“Tengo experiencia de trabajo con jóvenes y adolescentes, pero no específicamente desde el punto de vista académico o periodístico. He trabajado en la formación de jóvenes con valores, rescate de jóvenes y adolescentes inmersos en droga y robo, así como otros problemas que aquejan a la juventud hoy en día”.

“En este último tiempo se ha tratado de desprestigiar el trabajo del periodista frente a la población, pero nadie va a negar que el periodismo sigue siendo uno de los canales más importantes de la sociedad. Los periodistas a través de los medios de comunicación forman en los ciudadanos un criterio de las problemáticas del país y del mundo”.

“Cuando hablamos de revistas especializadas se supone que la información que contienen es exclusiva para cierto target, si los jóvenes saben que la revista es elaborada para ellos van a creer en toda la información que se prepara en ellos, la revista puede influir en el criterio, estilo de vida, en el desenvolvimiento de los jóvenes frente a ciertos grupos sociales. Considero que sí hay mucha influencia, cuando hablamos de una revista especializada, el periodista se va a encargar que solamente interese a ese grupo y obviamente que van a crear en esas personas una afinidad”.

“Si cuando hablamos de un periódico es necesario tener ciertos elementos para atraer al lector, en una revista lo más importante es lo gráfico, los colores que se usan, sin ser tan exagerados, debe tener algo que enganche a la juventud, si estamos hablando de revistas dirigidas hacia el target, debes provocar que el joven lea el texto, la imagen es muy dinámica y la diagramación también, si tú le propones más fotos o dibujos sumado a una buena diagramación, llamas la atención del joven”.

“Hay que tomar en cuenta los aspectos esenciales al momento de redactar y publicar una información, está el hecho de que sea una información verificada, contrastada, que sea oportuna, objetiva, que tenga menos subjetividad, que no lleve a la gente a pensar que el que redacta esta parcializado, es importante cumplir estos criterios”.

“Siempre he dicho que cuando uno ve una película o una serie, no sólo debe conectarse en la película sino en la estructura, asimismo cuando uno lee debe centrarse en la estructura del texto, en cómo fue creada, tratar de identificar qué es lo que pensó el escritor en el momento de elaborar una información o un reportaje, eso desde el punto pedagógico, ya que las revistas sirven para que el estudiante pueda identificar los aciertos y errores de

quienes ya se consideran profesionales del periodismo, es oportuno poder contar con revistas que puedan hacer que los jóvenes no sólo se queden en lo teórico, sino que puedan vivir esa experiencia, a través de los profesionales que están trabajando en un medio de comunicación”

“Hay aspectos positivos en relación a la Ley de Comunicación que rige al periodismo y a los medios; es la responsabilidad de redactar y publicar una información, se consolida tu compromiso respecto a lo que vas a publicar, cómo vas a sustentar lo que publicas, tener respaldo de lo que publicas, la autorización de publicar las declaraciones de los actores que intervienen en tu noticia, sino cumples esos requisitos, podrías tener problemas”

“Si antes nadie cumplía las normas de periodismo en el contenido y publicación de periódico o revistas, está casi obligado a cumplir esas normas con la Ley de Comunicación. Depende del tipo de información que publicaste, no puedes publicar fotografías de niños. Por ejemplo, no se puede publicar la foto ni el nombre de una persona que fue detenida por robo”.

## ANEXO 10

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO  
CARRERA PERIODISMO

### RESULTADOS DE LA ENTREVISTA A DOCENTES DE LA UNIDAD EDUCATIVA FISCOMISIONAL "SANTA MARÍA MAZZARELLO".

*Ing. Angeline Vera Santiana.*

*Docente de Contabilidad*

*Dos años de servicio docente.*

"Existen ciertas actitudes en las estudiantes que no están bien orientadas en el camino personal y profesional y su género de feminidad, incluso se ha visto que muchas estudiantes no tienen consejos en la familia".

Claro que sí, esto se da debido a que las estudiantes no encuentran la confianza que debería existir con sus padres y quizá encuentran esas respuestas a sus inquietudes en aquellas revistas joviales".

*Lcda. Verónica Valencia.*

*Docente de Cultura Religiosa*

*Tutora de 2do de bachillerato*

*Cuatro años de servicio docente.*

"Se constata claramente la falta de responsabilidad y orden en el desarrollo de la clase y el cumplimiento de las tareas asignadas".

"Sí, porque se dejan llevar sobre todo por los temas de moda y horóscopos y más si es una noticia sobre uno de sus ídolos".

*MSc. María España*

*Docente y de Lengua y Literatura*

*Tutora de 1ero de bachillerato*

*26 años de servicio docente.*

"A las estudiantes les falta estimularlas en el desarrollo del pensamiento ya que al momento de desarrollar sus ideas no saben cómo hacerlo".

Creo que sí, porque la lectura les ayuda a mejorar en todos los ámbitos, justamente es la lectura y la buena lectura la que les va a permitir ser jóvenes analíticas críticas y sobre todo capaces de entender criterios y conceptos".

***Lcda. Elsa Guerrero***

***Docente de Ciencias Sociales y Dibujo***

***Tutora de 1ero de bachillerato***

***Quince años de servicio docente.***

“En el salón de clase nos encontramos con todo tipo de estudiantes las más calmadas, las más “relajosas”, las que cumplen y las que no. Pienso que hay muchas niñas que necesitan más afecto y orientación por parte de sus familias porque llegan a clase con las tareas incompletas y eso conlleva a una mala calificación. Además, que intentan imitar los comportamientos que ven, así crecen imitando formas de vestir, hablar, comportarse es por eso muy importante que la formación venga principalmente de casa”.

“Así es, desgraciadamente los medios de comunicación de esta época están inmiscuidos en la publicidad y es más importante el rating que la formación de los ciudadanos, las niñas no reciben buena formación en casa y al momento de ver sus series o programas preferidos caen en el error de imitar lo que ven en la televisión”.

***MSc. Janeth Guamán Monar***

***Docente de Lengua y Literatura***

“Considero que la formación de valores es una condición que se manifiesta cuando ya el individuo adquiere una madurez, ahora durante su desarrollo lo que se va evidenciando es actitudes que corresponden o están en relación con el medio en el que se desenvuelven las chicas. Si tienen un medio en donde hay valores como el respeto, la disciplina, hay organización entonces allí la chica va adquiriendo esa formación, esa personalidad adaptada en valores, pero lo que sí veo es que hay una fragilidad en la formación de las chicas en que se refiere al acatamiento de la disciplina, no acatan normas establecidas sea en su entorno o en la comunidad”.

Claro que las revistas juveniles llegan a las chicas definitivamente, tienen una influencia también por cuanto llegan a ellas a través de sus intereses de las cosas que a ellas les impactan, de todas sus inquietudes, entonces las muchachas abocan a ellas se informan y aparte también la juventud tiene también, tiene tendencia a idealizar, tienen esas tendencias también en su parte afectiva como están en esas situaciones de alejarse un poquito de los familiares, de sus padres, entonces buscan esos referentes afectivos y son esos amores platónicos de televisión, de los cantantes, entonces a través de las revistas se sienten más cerca, entonces por eso si hay influencia, por eso hay que estar atentas a lo que los chicos leen de su contenido; entonces es importante saber qué es lo que leen sus contenidos la información y también en los colegios no podemos dejar a un lado conversar con ellas de las diversas asignaturas para saber de qué manera ellas procesan lo que están viendo, lo que están recibiendo a través de la lectura de las revistas”.

Guayaquil, septiembre de 2016