



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL.**

TEMA:

ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PARA LA PREVENCIÓN DE CONSUMO DE DROGAS, EN LOS ESTUDIANTES DEL CICLO BÁSICO DEL COLEGIO 9 DE OCTUBRE DE LA CIUDAD DE MACHALA, PROVINCIA DE EL ORO. PERÍODO 2014-2015

Mercy Janneth Rubio Roldán

Machala - El Oro – Ecuador

2015



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

TEMA:

ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PARA LA PREVENCIÓN DE CONSUMO DE DROGAS, EN LOS ESTUDIANTES DEL CICLO BÁSICO DEL COLEGIO 9 DE OCTUBRE DE LA CIUDAD DE MACHALA, PROVINCIA DE EL ORO. PERÍODO 2014-2015

AUTORA:

Mercy Janneth Rubio Roldán

TESIS: PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL.

TUTORA:

Lic. Patricia Pacheco Zerda, Mgs.

Machala - El Oro - Ecuador

2015

CERTIFICACIÓN

LIC. PATRICIA PACHECO ZERDA, MGS.

**DOCENTE DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA**

CERTIFICO

Haber dirigido la investigación de tesis de grado y asesorado de conformidad a las normas y procedimientos metodológicos de elaboración del proyecto titulado: **“ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PARA LA PREVENCIÓN DE CONSUMO DE DROGAS, EN LOS ESTUDIANTES DEL CICLO BÁSICO DEL COLEGIO 9 DE OCTUBRE DE LA CIUDAD DE MACHALA, PROVINCIA DE EL ORO. PERÍODO 2014-2015”** de Mercy Janneth Rubio Roldán de la carrera de Comunicación Social, consecuentemente apruebo su presentación ante el H. Consejo Directivo para que se continúe el trámite correspondiente.

Atentamente,


FIRMA DE TUTOR RESPONSABLE

Lic. Patricia Pacheco Zerda, Mgs.

RESPONSABILIDAD

Los contenidos, resultados, conclusiones, procedimientos de investigación y propuesta de la Tesis: “ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PARA LA PREVENCIÓN DE CONSUMO DE DROGAS, EN LOS ESTUDIANTES DEL CICLO BÁSICO DEL COLEGIO 9 DE OCTUBRE DE LA CIUDAD DE MACHALA, PROVINCIA DE EL ORO. PERÍODO 2014-2015”, son de exclusiva responsabilidad de la autora, quien para constancia firma a continuación:



Mercy Janneth Rubio Roldán

C.I. 0701916983

DEDICATORIA

Este trabajo es la recopilación de lo aprendido en las aulas durante los años que duró la carrera, la mayor satisfacción es encaminar y resumir en forma objetiva la realidad política, social y cultural de una sociedad a través de esta carrera como lo es la comunicación social, una aspiración que lo mantuvo durante mucho tiempo y por circunstancias de la vida no logre realizarlo.

Ser una profesional con capacidad de comunicar sucesos que acontecen, demostrar que no existen barreras de edad para hacer lo que deba hacer y no dejarse vencer por las adversidades que se presentan en el camino, es la mayor satisfacción y orgullo.

Dedico este trabajo a mi Padre Celestial que con amor divino, estuvo alimentándome de sabiduría, a mi familia por su apoyo constante, mis amistades que con sus palabras de aliento supieron mantenerme fija en mi objetivo.

Un trabajo que lo dedico a los docentes, que me compartieron sus conocimientos, compañeros de aula con los que compartimos alegrías y tristezas, al personal que laboran en esta Universidad que supieron atender los requerimientos para la elaboración de este trabajo.

Gracias

Mercy Janneth Rubio Roldán

AGRADECIMIENTO

Este trabajo tiene toda mi gratitud para aquellas personas que con su apoyo incondicional supieron apoyar y aportar con ideas, información y conocimiento que lo ameritaba este proyecto.

Quiero reiterar y manifestar mi agradecimiento al aporte importante de mi tutora de tesis Patricia Pacheco Zerda por su colaboración, dedicación, tiempo y conocimientos en el proceso investigativo de este tema tan valioso e importante para la juventud.

De igual manera la aportación del CONSEP (Control de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicos), Colegio 9 de Octubre a través de sus directores, docentes, alumnos, psicólogos, padres de familia y más personas que participaron de la encuesta y entrevista con responsabilidad y mesura, logrando que la investigación tenga el desarrollo adecuado.

Mercy Rubio Roldán

ÍNDICE GENERAL

Contenido	Página
CUBIERTA	
PORTADA.....	I
CERTIFICACIÓN.....	II
RESPONSABILIDAD DEL AUTOR.....	III
DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
ÍNDICE GENERAL.....	VI
RESUME EJECUTIVO.....	VII
EXECUTIVE SUMMARY.....	VIII
INTRODUCCIÓN.....	IX

1. EL PROBLEMA OBJETO DE ESTUDIO

1.1. Planteamiento del Problema de Investigación.....	1
1.2. Localización del Problema Objeto de Estudio.....	2
1.3. Justificación.....	3
1.4. Sistematización del Problema.....	5
1.4.1. Problema Central.....	5
1.4.2. Problemas Complementarios.....	5
1.5. Objetivos de la Investigación.....	5
1.5.1. Objetivo General.....	5
1.5.2. Objetivos Específicos.....	5

2. MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL

2.1. Marco Teórico Conceptual.....	7
2.1.1. La Comunicación.....	7
2.1.1.1. Concepto.....	7
2.1.1.2. Concepciones de la Comunicación.....	8

2.1.1.3. Proceso de la Comunicación.....	9
2.1.1.4. Elementos de la Comunicación.....	12
2.1.2. Estrategias Comunicacionales.....	13
2.1.2.1. Pasos previos a una estrategia comunicacional.....	14
2.1.2.2. Características de Estrategias Comunicacionales.....	15
2.1.2.3. Componentes de las estrategias comunicacionales.....	15
2.1.2.4. Implementar estrategias comunicacionales y métodos para la prevención.....	16
2.1.3. Prevención y Comunicación.....	18
2.1.3.1. Ejes de Prevención.....	19
2.1.3.2. Niveles de prevención.....	19
2.1.3.3. Tipos de Prevención Comunicacional.....	20
2.1.3.4. Contexto del Desarrollo de la Prevención.....	21
2.1.3.5. Estrategias de Prevención.....	21
2.1.3.6. Funciones de las Estrategias de Prevención.....	22
2.1.4. Comunicación Educativa.....	23
2.1.4.1. Concepto.....	23
2.1.4.2. Características de la Comunicación Educativa.....	24
2.1.4.3. La Comunicación como Herramienta del aprendizaje.....	25
2.1.4.4. Proyección de una Comunicación Educativa	26
2.1.4.5. Alcances de la Estrategia Comunicacional en los Centros Educativo.....	27
2.1.4.6. Los Medios de Comunicación, un vínculo en la Comunidad Educativa.....	28
2.1.5. Productos Comunicacionales.....	29
2.1.5.1. Características Productos Comunicacionales.....	29
2.1.5.2. Importancia de los Productos Comunicacionales.....	30
2.1.6. Las Drogas y los medios de comunicación.....	31
2.1.6.1. Drogas y su influencia en las instituciones educativas.....	33
2.1.7. La comunicación en el Entorno Familiar.....	34
2.1.7.1. Establecer Límites y Normas.....	35
2.2. Marco Teórico Contextual.....	36
2.2.1. Ubicación del Colegio Nacional Nueve de Octubre.....	36
2.2.2. Reseña Histórica del Colegio Nacional Nueve de Octubre.....	36
2.2.3. Misión.....	37
2.2.4. Visión.....	37
2.2.5. Organigrama de la Institución.....	37

2.2.6.	Planta Docente.....	38
2.2.7.	Secciones u Ofertas Académicas	38
2.3.	Marco Administrativo Legal.....	39
2.3.1.	Constitución de la República del Ecuador.....	39
2.3.2.	Ley Orgánica de Comunicación.....	40
2.3.3.	Ley Orgánica de Servicio Público.....	40
2.3.4.	Ley Orgánica de Salud.....	41
3.	METODOLOGÍA	
3.1.	Análisis Crítico del Problema de Investigación.....	42
3.1.1.	Descripción del Problema.....	42
3.1.2.	Formulación de Hipótesis.....	43
3.1.2.1.	Hipótesis Central.....	43
3.1.2.2.	Hipótesis Particulares.....	43
3.2.	Operacionalización de Variables.....	44
3.2.1.	Identificación y Conceptualización de Variables.....	44
3.2.2.	Variables e Indicadores.....	46
3.2.3.	Selección de Técnicas de Investigación.....	47
3.2.3.1.	Métodos.....	47
3.2.3.2.	Técnicas.....	47
3.3.	Población y Muestra	49
3.3.1.	Identificación y Descripción de las Unidades de Investigación.....	49
3.3.2.	Estimación del Tamaño y Distribución de la Muestra.....	50
3.3.2.1.	Marco Muestra.....	50
3.3.2.2.	Formula.....	50
3.3.3.	Método de Selección de las Unidades Muestrales	51
3.4.	Características de la Investigación.....	52
3.4.1.	Recorrido del Proceso Metodológico Operacional.....	52
3.4.2.	Enfoque de la Investigación.....	53
3.4.3.	Nivel o enlace de la Investigación.....	53
3.4.4.	Modalidad de la Investigación.....	54
3.4.5.	Criterios de la Validez y Confiabilidad de la Investigación.....	55
3.4.5.1.	Criterios de Validez.....	55

4.	ANÀLISIS E INTERPRETACIÒN DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÒN EMPÌRICA	
4.1.	Resultados de la Entrevista Aplicada a la Rectora del Plantel, Psicólogo,.....	57
	Director del CONSEP y Director de Radio	
4.1.1.	Estrategias comunicacionales para prevención al consumo de drogas.....	57
4.1.2.	Producto Comunicacional para concienciar a los estudiantes.....	57
4.1.3.	Prevención de consumo de drogas en estudiantes	58
4.1.4.	Integración de la comunidad educativa.....	59
4.1.5.	Consistencia y periodicidad en Concientizar a los estudiantes.....	59
4.1.6.	Diseño de estrategia comunicacional.....	60
4.1.7.	Diseño de estrategia comunicacional.....	60
4.1.8.	Vínculo en la Comunidad Educativa.....	61
4.1.9.	Ruptura en la comunicación.....	61
4.2.	Resultados de la Encuesta Aplicada a los Estudiantes.....	62
4.2.1.	La comunicación participativa en la estrategia comunicacional.....	62
4.2.2.	Productos Comunicacionales utilizados en la comunidad educativa.....	63
4.2.3.	Estrategia comunicacional indispensable en prevención de consumo de.....	64
4.2.4.	Medios de Comunicación para integrar a la comunidad educativa.....	65
4.2.5.	Producto Comunicacional Radial aplicada en el colegio para prevención al... consumo de drogas.	66
4.2.6.	Consistencia y Periodicidad de un micro programa radial como prevención... de consumo de drogas en el colegio	67
4.2.7.	Rol de las Autoridades, Docente y Padres de familia con el estudiante.....	68
4.3.	Resultados de la Encuesta Aplicada a los Padres de Familia y Docentes.....	69
4.3.1.	Prevención consumo de drogas en estudiantes del ciclo básico.....	69
4.3.2.	Integración de la comunidad educativa en Problema de consumo de drogas....	70
4.3.3.	Estrategias Comunicacionales para concienciar el consumo de drogas.....	71
4.3.4.	Diseño Estratégico Comunicacional para prevención de consumo de drogas...72	
4.3.5.	Diseño Estratégico Comunicacional para concientizar a los estudiantes..... sobre el consumo de drogas.	73
4.3.6.	Vínculo en la comunidad educativa ante la presencia de consumo de..... drogas en el colegio	74
4.3.7.	Ruptura en la comunicación.....	75

4.4.	Verificación de Hipótesis.....	76
4.5.	Conclusiones y Recomendaciones.....	78
4.5.1.	Conclusiones.....	78
4.5.2.	Recomendaciones.....	79
5.	PROPUESTA DE INTERVENCIÓN	
5.1.	Título.....	81
5.2.	Antecedente.....	81
5.3.	Ubicación y Beneficiarios.....	82
5.4.	Justificación.....	93
5.5.	Objetivos de la Propuesta	83
5.5.1.	Objetivo General.....	83
5.5.2.	Objetivos Específicos.....	83
5.6.	Fundamentación Teórica de la Propuesta.....	84
5.6.1.	Técnicas Radiofónica.....	84
5.6.2.	Producto Comunicacional Radial.....	85
5.6.3.	Proceso del Producto Radia.....	85
5.6.4.	Proyectar un Programa en radio.....	86
5.7.	Descripción General de la Propuesta.....	87
5.8.	Descripción Operativa de la Propuesta	88
5.9.	Actividades.....	90
5.10.	Recursos.....	90
5.11.	Financiamiento.....	91
5.12.	Cronograma de Actividades.....	91
5.13.	Presupuesto.....	92
5.14.	Estrategias de Implementación de la Propuesta.....	93
5.15.	Seguimiento y Evaluación.....	93
5.15.1.	Seguimiento.....	93
5.15.2.	Evaluación.....	94
5.16.	Bibliografía.....	95
5.17.	Anexos.....	102

ÌNDICE DE CUADROS ESTADÌSTICOS

4.2.	Encuesta a los estudiantes.....	63
4.2.1.	¿Considera usted que el consumo de drogas es el fracaso de los estudiantes?...	63
4.2.2.	¿Qué Producto Comunicacional utiliza el colegio, para Concientizar.....	6
	a los estudiantes sobre el consumo de drogas?	
4.2.3.	¿Qué factores influyen en los estudiantes para adquirir drogas?.....	65
4.2.4.	¿Qué Medio de Comunicación considera factible para la prevención al.....	66
	consumo de drogas en el colegio?	
4.2.5.	¿Cree necesario que el colegio debe aplicar un diseño comunicacional.....	67
	radial?	
4.2.6.	¿Cuál sería el horario factible para transmitir un micro programa radial?.....	68
4.2.7.	¿Cuál de las siguientes frases usted las vincula con las Autoridades.....	69
	Docentes y Padres de Familia?	
4.3.	Encuesta a Padres de Familia y Docentes.....	70
4.3.1.	¿Qué factores considera influyentes, para que los jóvenes tiendan.....	70
	consumir drogas?	
4.3.2.	¿Conoce Usted a estudiantes que estén involucrado en problemas de droga?.....	71
4.3.3.	¿Conoce de algún programa o recurso que aplique la institución para.....	72
	concientizar a los estudiantes en el consumo de drogas?	
4.3.4.	¿Cuál de estas alternativas lo considera apropiado para prevención del.....	73
	consumo de drogas en el colegio?:	
4.3.5.	¿Qué horario considera adecuado para transmitir el micro programa radial?.....	74

ÌNDICE DE GRÀFICO

4.2.	Encuesta a los estudiantes.....	63
4.2.1.	Comunicación Participativa en las Estrategias Comunicacionales.....	63
4.2.2.	Productos Comunicacionales utilizados en la comunidad educativa.....	64
4.2.3.	Estrategia Comunicacional indispensable en prevención de consumo.....	65
	de drogas.	
4.2.4.	Medio de Comunicación para integrar a la comunidad educativa.....	66
4.2.5.	Producto Comunicacional radial aplicado para prevención del consumo.....	67
	de drogas.	

4.2.6.	Consistencia y periodicidad en el programa radial.....	68
4.2.7.	Rol de las Autoridades, docentes y padres de familia con el estudiante.....	69
4.3.	Encuesta a Padres de Familia y Docentes.....	70
4.3.1.	Prevención de consumo de drogas en estudiantes del ciclo básico.....	70
4.3.2.	Integración de la comunidad educativa en problemas de consumo de drogas...71	
4.3.3.	Estrategias Comunicacional para concientizar el consumo de drogas.....72 en los estudiantes.	
4.3.4.	Diseño Estratégico Comunicacional para prevención de consumo de drogas...73	
4.3.5.	Diseño Estratégico Comunicacional para concientizar a los estudiantes del...74 consumo de drogas.	
4.3.6.	Vínculo en la Comunidad Educativa ante presencia de consumo de drogas....75	
4.3.7.	Ruptura en la Comunicación.....	76

ÍNDICE DE FIGURAS

2.1.1.1.	Tabla 1: Esquema de la comunicación de Shannon.....	10
2.2.5.	Tabla 2: Organigrama del 9 Nueve de Octubre-.....	37
2.2.6.	Tabla 3: Planta Docente.....	38
3.2.1	Tabla 4: Conceptualización de Variable.....	44
3.2.2.	Tabla 5: Variables e indicadores.....	46
3.2.3.2.	Tabla 6: Selección de Instrumentos de Investigación.....	48
3.3.3.	Tabla 7: Método de Selección de las Unidades Muestrales.....	51
3.4.4.	Tabla 8: Esquema del Proceso Investigativo	55
4.1.1.	Tabla 9: Estrategias Comunicacional.....	57
4.1.2.	Tabla 10: Producto Comunicacional para concienciar a los estudiantes.....	58
4.1.3	Tabla 11: Prevención de consumo de drogas en estudiantes.....	58
4.1.4.	Tabla 12: Integración de la comunidad educativa.....	59
4.1.5.	Tabla 13: Consistencia y periodicidad en Concientizar a los estudiantes.....	59
4.1.6.	Tabla 14: Diseño de estrategia comunicacional.....	60
4.1.7.	Tabla 15: Diseño de estrategia comunicacional	60
4.1.8.	Tabla 16: Vínculo en la Comunidad Educativa.....	61
4.1.9.	Tabla 17: Ruptura en la Comunicación.....	62
5.8.1	Tabla 18: Datos de la propuesta-.....	90
5.8.2.	Tabla 19: Guion del programa.....	91

5.11.	Tabla 21: Financiamiento.....	92
5.12	Tabla 22: Cronograma de Actividades.....	93
5.13.	Tabla 23: Presupuesto.....	94
5.15.2.	Tabla 25: Evaluación.....	96

RESUMEN EJECUTIVO

El consumo de drogas en los centros educativos se ha convertido en un verdadero problema, el propósito fundamental de este estudio tiene como prioridad elaborar un método de acción de estrategias de prevención en los estudiantes del colegio 9 de Octubre del ciclo Básico para evitar el crecimiento del consumo de drogas.

Siendo esta una investigación responsable, confiable y veraz, basada en un trabajo de campo y tomando a los propios actores como informantes clave, para identificar los factores que influyen en el consumo de drogas que registra el centro educativo, utilizando instrumentos de recolección de información como la entrevista, la encuesta y la observación, las cuales nos dan la pauta para el diseño de las estrategias y métodos a utilizar.

Los resultados obtenidos permitieron concluir que el problema que presenta la institución es de riesgo de consumo de drogas, por lo que es necesario implementar estrategias preventivas que permitan evitar la propagación del consumo y el desarrollo normal de la formación del sujeto, es decir los estudiantes.

.

EXECUTIVE SUMMARY

Drug use in schools has become a real problem, the fundamental purpose of this project is to develop a method of action of prevention strategies in students of the school “9 de Octubre” of Basic cycle for to prevent consumption of drugs.

This being a responsible, reliable and accurate research, based on field work and taking the students themselves as key informants to identify the factors that influence drug that records the school, using instruments collecting information as interview, survey and observation, which helps us in designing strategies and methods to use.

The final results concluded that the problem of the institution is drug use, so it is necessary to implement preventive strategies to prevent drug use and development of training of students

INTRODUCCIÓN

El consumo de drogas es un problema grande, que tiene que afrontar la sociedad en la actualidad y más aún si este flagelo se introduce en los centros educativos. Son muchos los factores que lo originan, desde lo económico, cultural, social, siendo otro factor la poca comunicación que puede no ser está una fórmula mágica pero sí, una oportunidad para a través de esta herramienta ejercer una acción preventiva y así tratar de desarrollar en los estudiantes capacidades y destrezas para evitar que los jóvenes se conviertan en presa fácil de este mal, tomando en cuenta que en esta etapa de adolescencia es un periodo vital de riesgo para el abuso de drogas y que es altamente preocupante el peligroso de acercamiento a las sustancias adictivas.

Además es necesario recordar que este momento evolutivo se efectúan una serie de cambios corporales, afectivos cognitivos La mejor forma de prevenir, es encaminar al estudiante a diferenciar lo positivo de lo negativo para darle sentido a su propia vida. La utilización de técnicas comunicacionales, la cercanía del docente y principalmente el acercamiento de padres a hijo, reforzaría o modificaría las actitudes generadas en el estudiante.

La prevención de consumo de drogas mediante estrategias comunicacionales en el centro educativo es fundamental; ya que es una realidad que va en aumento, de ahí la importancia de este estudio, que se inclina a utilizar la comunicación, como el canal viable y aconsejable para encontrar soluciones a esta problemática.

Dentro de éste contexto se desarrolla la siguiente investigación “Estrategias Comunicacionales para la Prevención de Consumo de Drogas, en los Estudiantes del Ciclo Básico del Colegio 9 de Octubre de la Ciudad de Machala, Provincia de El Oro. Período 2014-2015”, en cuyo estudio se tomó como informantes a estudiantes, docentes, padres de familia y autoridades interno y externo a quienes se les hizo entrevista, encuesta y observación de profundidad como instrumento de recolección de información, dando como resultado:

- La existencia de poca comunicación entre los personajes involucrados.
- Las estrategias comunicacionales utilizadas no satisface los requerimientos de conocimientos sobre las consecuencias de consumo de drogas.

- Además se detectó una prevención de baja consistencia y periodicidad.

No se trata de cuestionar al estudiante sino de hacer un análisis de viabilidad para el desarrollo de un proyecto que incluya comunicación. Es necesario que las autoridades del centro educativo den la facilidad y el apoyo necesario para el desarrollo de esta estrategia comunicacional, que está dirigido especialmente a los estudiantes.

Con lo mencionado se pone en consideración los siguientes enfoques:

- Capítulo I: basado en el planteamiento del problema, la justificación, el problema objeto de estudio y objetivos generales y específicos.
- Capítulo II: se comprenden aspectos teóricos como la comunicación, las estrategias comunicacionales, la prevención, la comunicación educativa, los productos comunicacionales, Las drogas y los medios de comunicación, la comunicación en el entorno familiar.
- Capítulo III: se define al diseño de metodológico utilizado en la investigación como antecedentes históricos del colegio 9 de Octubre, tipo de datos, origen de los datos, confiabilidad, y validez de las fuentes
- Capítulo IV: sintetiza el desarrollo y resultados de la entrevista y encuesta a los estudiantes, docentes, padres de familia y entidades relacionadas con la situación actual de la investigación, mediante cuadros y gráficos estadísticos con análisis e interpretación de los resultados empíricos, , dando paso a la verificación de las hipótesis, conclusiones y recomendaciones.
- Capítulo V: es la alternativa para logra implementar la propuesta de intervención, mejorar y satisfacer las necesidades de los estudiantes, permitiendo crear espacios donde la comunicación sea el eje principal y permita desviar el tiempo mal usado en el desarrollo de otras habilidades en los estudiantes.

1. EL PROBLEMA OBJETO DE ESTUDIO

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En los años recientes se ha visto el crecimiento a pasos gigantescos del consumo de drogas en los colegios de la ciudad de Machala, ante una ineficaz campaña de prevención del consumo de drogas los estudiantes se han convertido en un blanco perfecto para los micro traficantes que pululan por el sector donde está ubicado el colegio 9 de Octubre.

Una institución que por ser un referente de la educación de las más antiguas de la provincia de El Oro por sus 100 años de funcionamiento, y por la mayor cantidad de estudiantes en sus aulas, son los más expuestos al problema de las drogas.

Los estudiantes se ven inmersos en problemas de drogadicción y es que en ocasiones este comportamiento se ha afianzado como un modelo de patrón de evolución entre los jóvenes de diferentes edades, razas y género, el consumo de sustancias se ha vuelto en verdaderas culturas juveniles, en donde la marihuana es la más insertada en la conflictividad formando parte de la vida cotidiana de los jóvenes.

Son muchos los factores identificados que ocasionan la dependencia a las drogas y principalmente la falta de comunicación existente entre padres-hijos, docentes-autoridades, concluyendo que hay un ambiente de inercia a lo que sucede en el entorno de la institución.

En este contexto la ausencia de una buena comunicación en los establecimientos educativos se ha visto debilitada por la falta de una investigación y la utilización de estrategias comunicacionales efectivas y participativas cuyo reflejo es pérdida de valores y deterioro de la relación intrafamiliar.

Para la real Academia de la Lengua Español la comunicación es: la acción o efecto de comunicarse, el trato o correspondencia entre dos o más personas, la transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor él. (Presas, 2008)

Para García Jiménez (1998, pp.125-126) considera que la estrategia debe ser, asimismo, flexible como un junco, para proporcionar elasticidad y movilidad al plan de acción, de modo que resulte más fácil, rápido y eficaz adaptarse a las circunstancias y diversificar

las relaciones que se produzcan. Una estrategia comunicacional eficaz, además, debe definir y utilizar, por regla general, los caminos más cortos y directos”. (Matilla, 2008)
Las estrategias comunicacionales consisten en decidir cuáles son las acciones más adecuadas para alcanzar objetivos determinados, públicos a los que se dirigirán la estrategia, mensajes más adecuados para el objeto específico, e instrumentos o herramientas más útiles para conseguir y trasladar esos mensajes.

Dado a esta problemática es necesario implementar estrategias comunicacionales propicias, aptos en dar buenos resultados.

“Según OMS, 1998 medidas destinadas no solamente a prevenir la aparición de la enfermedad, tales como la reducción de factores de riesgo, sino también a detener su avance y atenuar sus consecuencias una vez establecida”. (Umaña, 2003)

La prevención vínculo fundamental en la comunicación para concientizar sobre un problema, un caso específico son el consumo de drogas que se da en el colegio 9 de Octubre con los estudiantes del ciclo básico, el cual representa un reto complejo por las consecuencias, efectos, trama legal y social en que se encuentran los sujetos en mención”.

Trabajar la prevención en relación con la problemática del consumo de drogas exigirá vincularse con todo lo que sucede en las aulas, en los distintos espacios de la institución, en la relación de los padres de familia hacia sus hijos, y más aún ser vigilante a los detalles que se visualice en el entorno del adolescente.

Desde una perspectiva viva a todo esto planteado vale la pena formular como prevención un producto comunicacional en la comunidad estudiantil, para lograr integrar y concientizar a los estudiantes con o sin problemas de consumo de drogas,

1.2. LOCALIZACIÓN DEL PROBLEMA OBJETO DE ESTUDIO

Considerando la localización del objeto de estudio en términos concretos y de manera explícita, como la delimitación de espacio tiempo y universo, esta designado:

Institución: Colegio 9 de Octubre

Provincia: El Oro

Ciudad: Machala

Sector: Oeste, calles 25 de Junio y Avenida Las Palmeras

1.3. JUSTIFICACIÓN

En la actualidad el consumo droga, ha ido aumentando considerablemente en los jóvenes, sus antecedentes se remontan a las civilizaciones antiguas como un referente de la medicina, pero no es hasta los años 70 cuando con la aparición de la Rebelión Verde en donde se agudiza con la aparición de los hippies el consumo de marihuana imponiendo una moda, un estilo de vida, copiada por los jóvenes de esa generación en diferentes latitudes del mundo.

La sociedad actual deja al descubierto la situación de los jóvenes, ya que se ha presenciado traficantes y vendedores independientes de drogas dentro de centros educativos, lo que convierte en alarmante esta situación, a quienes se encuentran expuesto a un escenario de uso y comercio de sustancias psicotrópicas que deterioran su cuerpo y mente, de ahí el considerar prioritario, el problema de consumo y adicción que sufren algunos alumnos dentro del colegio Nueve de Octubre, institución recientemente evaluada por las autoridades pertinentes que han detectado la presencia de dosis junto a sus implementos de estudios (mochilas).

A todo esto hace ver la necesidad de reflexionar sobre el papel de los medios de comunicación en relación con las drogas, es evidente que éste es un problema que va en aumento, pero una de las aristas de la solución se basa en la comunicación, proceso social que permite afianzar lazos entre los jóvenes y principalmente entre padres e hijos.

Una buena utilización de estrategias comunicacionales que permitan, fomentar en los estudiantes a involucrarse positivamente en actividades dentro de la institución o fuera de ella, que logren cambios significativos en su situación actual y que faciliten a los docentes cumplir eficazmente el rol de orientador de aprendizaje para contribuir considerablemente a disminuir el impacto de este problema social.

Está claro, como señala la Unesco (1972), que los medios de información representan un poderoso medio de acción para formar actitudes y transmitir conocimientos en materia de drogas.

La prevención de drogas tiene como finalidad más allá de la implementación de estrategias comunicacionales efectivas y participativas, es integrar y concientizar en los jóvenes sobre los efectos que conlleva este tipo de adicciones, para evitar que se siga propagando esta enfermedad en las instituciones educativas y para ello es necesario utilizar todas las herramientas que estén a nuestro alcance, poniendo especial atención en el tipo de mensajes y los medios de comunicación para llegar directa y continuamente, como son las redes sociales e internet en general y principalmente canales tradicionales aún muy efectivos como la radio, prensa y televisión.

Por lo antes señalado la implementación del tema, "Estrategias Comunicacionales para la Prevención de Consumo de Drogas, en los Estudiantes del Ciclo Básico del Colegio 9 de Octubre de la Ciudad de Machala, Provincia de el Oro. Período 2014-2015" el mismo que contribuirá en un mejor proceso de comunicación de todos los involucrados.

Esto también permitirá fomentar valores en los estudiantes con la utilización de la comunicación para llegar a las áreas cognitivas en busca de mejorar su comportamiento Social y que esto sea un aporte a la comunidad educativa y por ende a la población Machaleña.

1.4. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.

1.4.1. Problema Central

¿De qué manera las estrategias comunicacionales, contribuyen en la prevención del consumo de drogas en los estudiantes del ciclo básico del colegio 9 de Octubre en la ciudad de Machala?

1.4.2. Problema Complementarios

- ¿Qué estrategia comunicacional contribuye para la prevención del consumo de drogas en los estudiantes del ciclo básico del colegio 9 de Octubre?
- ¿Qué producto comunicacional se difunde para integrar al estudiante con problemas de consumo drogas en el colegio 9 de Octubre?
- ¿Cómo diseñar un producto comunicacional para integrar y concientizar sobre las consecuencias del consumo de drogas en los estudiantes del colegio 9 de Octubre?
- ¿De qué manera el rol de las autoridades, docentes y padres de familia influyen frente al consumo drogas en los estudiantes el ciclo Básico del colegio 9 de Octubre de la ciudad de Machala?

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. Objetivo General

Demostrar si las estrategias comunicacionales contribuyen a la prevención del consumo de drogas en los estudiantes del ciclo básico del colegio 9 de octubre de la ciudad de Machala

1.5.2. Objetivos Específicos

- Identificar cuáles son las estrategias comunicacionales que contribuyen en la prevención del consumo de drogas, en los estudiantes del ciclo básico del colegio 9 de Octubre.
- Identificar el producto comunicacional que difunde el colegio 9 de Octubre, para integrar a los estudiantes con problemas de consumo de drogas
- Diseñar un producto comunicacional para integrar y concientizar sobre las consecuencias del consumo de drogas en la comunidad educativa del colegio 9 de Octubre.
- Demostrar que el rol de las autoridades, docentes y padres de familia influyen frente al consumo de drogas en los estudiantes del ciclo Básico del colegio 9 de Octubre de la ciudad de Machala.

2. MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1.1. La Comunicación

La comunicación a través de la historia ha sido planteada de diferentes ángulos, la cuestión de establecer criterios y definiciones para un mejor entendimiento es notable por los ajustes hechos por psicólogos, psiquiatras, sociólogos, políticos, matemáticos, y comunicadores.

Para la real Academia de la Lengua Español la comunicación es: la acción o efecto de comunicarse, el trato o correspondencia entre dos o más personas, la transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor. (Presas, 2008)

2.1.1.1 Concepto

“La comunicación es un hecho social omnipresente y permanente, que se expresa en el intercambio de experiencias, conocimientos, emociones, pensamientos; de modo que quienes participan en ese intercambio se encuentran en capacidad de presuponer sentidos o conceptos similares. (Prieto, 1997)

En 1948 Harold Lasswell Sociólogo norteamericano reconocido como uno de los fundadores de los estudios de la Mass Communication Research, publica en un artículo que “La mejor manera de describir un acto de comunicación surge de la contestación mediante las preguntas ¿Quién?, ¿Dice qué?, ¿En qué canal?, ¿A quién?, ¿Con qué efecto?” que permiten direccionar el proceso de la comunicación (emisor, contenido, canal, receptor y efecto)”. (Spà, 2011)

Otro de los concepto son “Ideas que surgen y se desarrollan en la mente de las personas, luego se ponen a prueba valorándolas o comunicándolas, entregándolas a otras personas, que la ratifican, modifican o rechazan.” (Pizzolante Negròn, 2005)

La comunicación es la recepción de ideas, información, mensajes y decisiones, que conlleva a la persona a intercambiar conocimientos, emociones y pensamientos. La comunicación ha sido, es y será la columna vertebral de la humanidad, es un instrumento de intercambio de mensajes desde un punto A, a un punto B, habilidad que le permite al

ser humano a transferir información verbal (palabras) y no verbal (gestos, acciones, o imágenes) para informar, entretener y educar. En especial es la transmisión de los saberes educativos, una enseñanza que explica un cúmulo de acuerdos entre docente - alumno, padres – hijos.

2.1.1.2. Concepciones de la Comunicación

– **Concepción Transmisora.**- pone valor en el contenido.



– **Concepción Verticalista.**- aquí, el protagonista de la comunicación es el emisor, el receptor es visto como recipiente pasivo, responde a la concepción de la educación autoritaria y paternalista, el educando es considerado como un simple receptor de conocimientos.

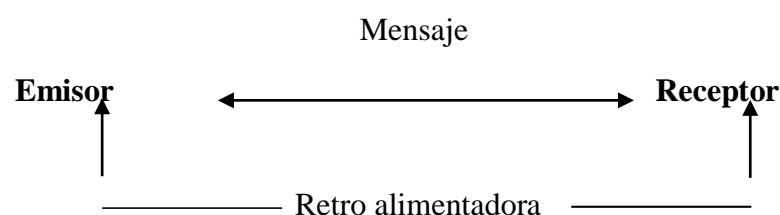
- Riesgo: genera dependencia, fomenta individualismo y no estimula la capacidad de raciocinio.

- Propósito: el individuo debe aprender.

– **Concepción tutelaste.**- pone más atención en los efectos, esta comunicación se basa en el modelo de Shannon y Weaver, donde el emisor es protagonista, la retroalimentación no mantiene participación tan solo es un mecanismo de control del emisor para verificar efectos. Solo se basa en el mecanismo de estímulo – respuesta.

- Riesgo: manipulación, automatismo, paternalismo, estímulo del interés individual.

- Propósito: el individuo tiene que hacer.



– **Concepción dialógica.**- pone énfasis en el proceso, no existe emisor ni receptor, solo dos emisores o dos receptores con la posibilidad de generar y emitir mensajes. En el

campo educativo este modelo responde a la educación liberadora, autogestionaria; no se preocupa por el volumen de información transmitida más bien por desencadenar un proceso de análisis y reflexión.

- Riesgos: puede caer en el error de pensar en la eliminación radical del papel necesario del educador.
- Propósitos: el individuo tiene que pensar, tiene que transformarse a sí mismo y en su realidad. (IICA, 1995)

2.1.1.3. Proceso de la Comunicación.

“Todos podemos comunicarnos con nuestros semejantes, pero no todos sabemos comunicarnos” (IICA, 1995)

El proceso de la comunicación se realiza siempre por la interacción de tres elementos base: un emisor, que envía un mensaje a través de un canal, hacia un receptor. Este proceso puede ser complejo, dependiendo del número de personas implicadas y de la técnica utilizada como medio de defunción.

Claude E. Shannon, Ingeniería en Electrónica y Matemáticas de origen estadounidense (1916 - 2001). Él, estudió el flujo de las ondas electromagnéticas a través de un circuito lo que le hace entender que a través del código binario se puede homogeneizar todo tipo de información ya sean textos, sonidos, imágenes, etc., lo que distingue claramente entre mensaje y el medio por el que se transmite. Shannon a través del concepto de entropía analiza cómo medir la eficacia de un canal de comunicación, tomando de la segunda ley de la termodinámica.

La entropía mide las pérdidas derivadas de los ruidos en la transmisión de información de un mensaje, y, al tiempo, la posibilidad de eliminar las mermas, la incertidumbre, mediante la redundancia y la codificación numérica en el origen del proceso de comunicación y su decodificación en la fase de recepción.

A través del tiempo los hallazgos de Shannon ha sido la pieza clave en la comunicación, por lo que adquiere un carácter de centralidad en la sociedad actual. El proceso de

transmisión de un mensaje puede ser éxito, pero los sonidos (ruidos) pueden originar una ruptura de la comunicación (la telefonía, radiotelefonía, televisión, telegrafía)

El Esquema de la comunicación de Shannon-Weaver

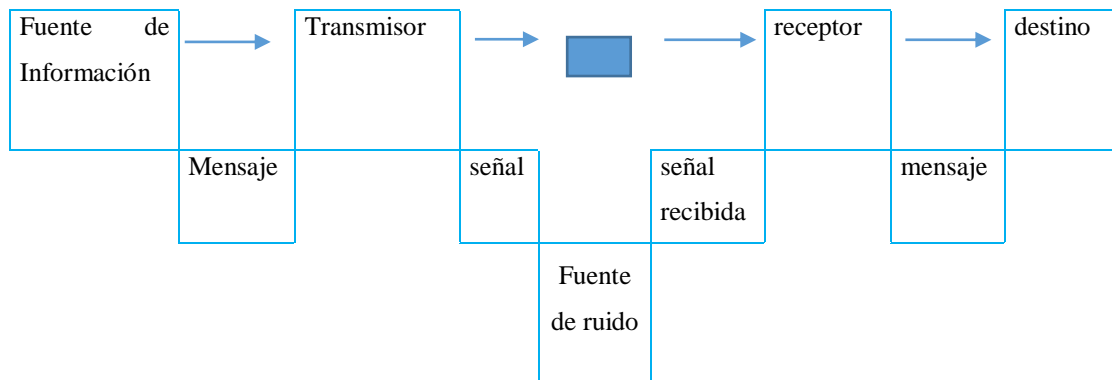


Tabla: 1: Fuente: (Comunicación)

Warren Weaver matemático de nacionalidad estadounidense conocido como el fundador de la cibernética (1894 – 1964). El papel de este personaje es relevante en la definición de la teoría matemática de la información, El aporte de Warren a la concepción de Shannon es importantes en la medida que da alcances que sobrepasan el mérito ámbito de la escena técnica, ya que se restringía el ámbito de los lenguajes, máquinas y transmisión de estos mensajes.

Según la historia ambos trabajaron en el conocido esquema lineal de la comunicación en el que se definió: la secuencia fuente, transmisor, canal, ruido, receptor y destino. Esto hizo a que el planteamiento de Shannon tenga mayor proyección teórico inicial e incluso con acercamiento al ámbito social. Warren define tres niveles en lo que se refiere al ámbito comunicativo:

- Técnico.- hace referencia a la bondad, capacidad y precisión del emisor para enviar un mensaje.
- Semántico.- advierte sobre el significado e interpretación de los mensajes
- Pragmático.- se ocupa del efecto alcanzado, de la efectividad de la comunicación.

(Nosty, 2002)

El Centro de atención se basa en la transmisión efectiva y eficaz de los mensajes. En si la comunicación es un proceso estadístico que puede describirse en términos

probabilísticos. En el proceso de la comunicación, el hablante (emisor) es el que toma la iniciativa, el que construye un mensaje, movido por un estímulo que puede ser lingüístico o no.

Se requiere ocho pasos para que el proceso de la comunicación sea efectivo, hay que recalcar que Shannon no trabajó solo con esta teoría, él tuvo como asesor a su maestro Norbert Wiener, estadounidense, impulsador de la cibernética (1894-1964), que con los estudios investigativo ya había enfocado su estudio en prever el futuro de un mensaje a partir de lo conocido.

- Nacimiento y desarrollo de una idea, con la única intención de pasar el mensaje de una persona a otra.
- La codificación del mensaje, que no es otra cosa que poner un mensaje en un código común para emisor y receptor, ya sea oral, escrito, gráfico, mímico, o formato como: folleto, llamado de teléfono, videoconferencia, poster, etc.
- Elaborado el mensaje, se lo transmite en un canal más adecuado, siempre y cuando se controle y se tome en cuenta de posibles interferencias.
- Mediante un canal de recepción (vista, oído, olfato, tacto, y gusto) la persona recibe el mensaje, siempre y cuando funcione el órgano receptor en caso contrario se perderá el mensaje.
- El receptor descifra el mensaje, lo interpreta y lo reconstruye. Si la idea concuerda con lo que el emisor transmitió, el mensaje ha sido un éxito.
- Una vez recibido, descifrado e interpretado el mensaje, el receptor bien puede aceptarlo o rechazarlo.
- El uso que el receptor de al mensaje y reacción hacia el mismo es importante para el proceso.

La retroalimentación o feedback, es el paso final del proceso de comunicación, Sin esta, no existiría, la comunicación, no habría un proceso de ida y vuelta, es la información que indica al emisor que el mensaje si ha sido emitido y recibido. (Freijeiro S. D., 2006)

2.1.1.4. Elementos de la Comunicación

Es importante que el proceso de la comunicación se desarrolle como desee el emisor, es necesario considerar los principales elementos que intervengan en el sistema de comunicación y que sean controlables.

Además el conocer sus características también se requiere considerar el modo de influir en las respuestas del receptor y en la eficacia final de la comunicación. (Ardura, 2007)

Para Ardura Inma, 2007, los elementos que interviene en el proceso de la comunicación

- **Emisor:** conocido también como codificador, interlocutor o comunicador.
- **Mensaje:** se lo llama contenido, señal, etc. Es lo que se comunica en el proceso de la comunicación, para que el mensaje sea efectivo el emisor tiene que lograr: atención, interés, deseo, convicción, acción-reflexión y satisfacción.
- **Canal:** conocido también como medio, un elemento físico por el cual el emisor transmite la información y en este se da una clasificación genética: transmiten mensajes por medio de lo impreso (periódico, revistas, libros, folletos, volantes), transmiten mensajes de carácter audiovisual (televisión, cine), teatro, reuniones multitudinarias. Una buena elección de medio da paso a un mensaje eficaz.
- **Receptor:** conocido también como descifrador, destinatario, intérprete, interlocutor. Aquel que recibe el mensaje, para que el mensaje tenga éxito se necesita de receptores capaz de razonar, decodificar y codificar mensajes.
- **Ruido.-** es la alteración que sufre el mensaje en el proceso de la comunicación, estas pueden ser: ruidos semánticos, influencia, técnicos y estructurales, el ruido se puede ver en el mensaje, el canal y receptor.

Ruidos semánticos: estos se producen cuando el emisor usa palabras o términos que carecen de significado para el receptor o las palabras pueden interpretarse en varias aceptaciones.

Ruido de influencia: se produce al procesar o manipular la información o mensaje, se puede dar en tres tipos: en el trabajo del emisor, en el medio de comunicación, y en el mismo receptor.

Ruido Técnico: este se da por fallas de los equipos, aparatos o elementos que se encuentren en el estudio o equipos de transmisión del medio.

2.1.2. Estrategias Comunicacionales.

Para Vives y Peinado, 2003 “Una estrategia será comunicativa cuando persiga un objetivo de comunicación, o bien cuando utilice fundamentalmente la comunicación para el logro de ese objetivo” (Ortiz, 2007)

Las estrategias comunicacionales consisten en decidir cuáles son las acciones más adecuadas para alcanzar objetivos determinados, públicos a los que se dirigirán la estrategia, mensajes más adecuados para el objeto específica, instrumentos o herramientas más útiles para conseguir trasladar esos mensajes.

Una estrategia debe ser capaz de determinar su iniciativa y capacidad para anticiparse al problema o si es conveniente mantener una actitud reactiva, para así evitar que una reacción comunicativa desmesurada avive el fuego que se pretende aplacar.

Cada estrategia de comunicación es única y responde a un problema, un planteamiento general o una necesidad específica, sea el anuncio de un nuevo plan estratégico, un proceso de reestructuración o una situación de crisis. Una vez decidida la estrategia, se deciden y eligen las tácticas más oportunas para cumplir con eficacia los objetivos. (Làzaro Adolfo, 2011)

Scheinsohn; Saroka (2000), plantea que “Es una interactividad, una tarea multidisciplinaria que pretende trabajar con una empresa en una determinada situación y con una proyección específica. Implica un programa de intervención coordinado en cuatro niveles estratégico, logístico, táctico y técnico. La empresa posee un conjunto de recursos significativos, que en sus públicos causan diversas impresiones, suscitando determinada lectura. Mediante una adecuada intervención sobre el primer término, es posible incidir positivamente en el segundo” (Montserrat-Gauchi, 2014)

Es una herramienta de planificación que sistematiza de manera global, integral y coherente los objetivos generales, las tácticas, los mensajes, las acciones, los indicadores, los instrumentos y los plazos que la institución va a poner en juego para trasladar su imagen y su mensaje. Las estrategias comunicacionales guían, planifican, reflexionan y principalmente relacionan los espacios y lugares de comunicación existente en el centro educativo. Son utilizados para hacer más fácil el intercambio de información entre

personas, para demostrar una realidad, cuestionar y revisar lo previo, modificar prácticas y actitudes que podrían ser individuales, grupales o masivos.

2.1.2.1. Pasos previos a una estrategia comunicacional

Según el Manual de Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural, 2008:

- Revisar información secundaria, principios del proyecto, propósito, principales problemas a tratarse. (Marco de Referencial)
- Diagnóstico participativo de la comunicación en el centro educativo (Investigación Participativa)
- Análisis de las conclusiones de campo e identificación de los problemas centrales.
- Identificar y diseñar los perfiles de los sujetos
- Definir objetivos medibles, alcanzables, realistas, en un tiempo determinado.
- Los objetivos de comunicación y las soluciones (como hacer)
- Relación del contenido de temas afines con los problemas centrales y los objetivos.
- Seleccionar el modo de diseño (temas de discusión.).
- Definir los enfoques de comunicación y los métodos.
- Identificación preliminar de los resultados requeridos.
- Desarrollar el diseño creativo (temas de discusión.).
- Seleccionar el medio y finalizar el diseño (temas de discusión.).
- Revisar y definir el total de los resultados de los enfoques de comunicación.
- Revisar y finalizar las actividades necesarias para lograr los resultados propuestos.
- Revisar y finalizar los gastos requeridos para realizar las actividades planificadas.
- Organizar y revisar el plan de trabajo para la fase de implementación.
- Desarrollar los materiales de comunicación,
- Llevar a cabo la validación y la revisión subsiguiente de los materiales.
- Supervisar la producción masiva
- Capacitación de capacitadores sobre los temas pertinentes
- Supervisar la implementación de las actividades
- Supervisar el seguimiento y la evaluación. (Chike Anyaegbunam, 2008)

2.1.2.2. Características de Estrategias Comunicacionales.

Según Raquel Pinilla (2000), en su artículo Caracterización de las Estrategias de Comunicación señala de manera global las principales características

- La existencia de un problema comunicativo.- son mecanismos que se activan para resolver problemas, ya sea en la recepción como en la producción de mensajes, por lo tanto afectan a los dos tipos de destrezas orales.
- Conciencia del estudiantado de hacer uso de un comportamiento estratégico para resolver ese problema.
- La naturaleza intencional de la comunicación estratégica (Lòpez, 2007)

Las estrategias se concretan en una prevención de concienciación a desarrollarse dentro del proceso de dirección en el centro educativo y se basa en una coordinación de estudiantes, docentes, y padres de familia con un enfoque a abordar criterios diferentes del programa a trabajar en un período determinado, así también un proceso de evaluación permanente de los conocimientos adquiridos que permitan corregir y divisar las falencias, reconociendo la importancia de la estrategia.

El único objetivo de este trabajo es enriquecer y contribuir en conocimientos mediante la comunicación educativa como la alternativa de intervención para potenciar las relaciones interpersonales entre el cuerpo afectado como lo es la familia, estudiantes, docentes, y autoridades.

2.1.2.3. Componentes de las estrategias comunicacionales

La enseñanza es parte de una educación por lo tanto exige la competencia del proceso Comunicativo, ya que sin esta, no se pudiera dar la primera, por lo cual la relación comunicación-enseñanza es una constante histórica. La educación tiene como fin en primer y último caso el desarrollo integral del educando de cualquier edad, entendiendo con esto que la mente, el espíritu y el físico son incesantes aprendizajes en que consiste la vida humana. (Ruiz, 2007)

El Uso de estrategias comunicativas es fundamental para entender y tratar de mediar los problemas detectados en una institución educativa Cuando una estrategia de

comunicación de un trabajo o programa es bien diseñada tendrá un éxito a diferencia de otro que no tenga los principales Instrumentos de comunicación, este sería un fracaso.

Para estas estrategias se debe tener bien claro, los objetivos, ya que estos son la base fundamental para poder evaluar los recursos disponibles y poder perfeccionar las estrategias de comunicación en el centro educativo ante el problema de drogas. Es necesario también conocer sus necesidades y características del sujeto seleccionado ya que es clave para el buen funcionamiento de la estrategia o empoderamiento y compromiso con la sociedad.

Es entonces cuando las estrategias de comunicación se hacen imprescindible, como el medio para que el mensaje de concienciación cumpla su rol. La comunicación en los centros educativos se convierte como un paradigma que busca fortalecer la integración estudiantil, promover la autorrealización del sujeto.

En este sentido el medio de comunicación jugarà un papel primordial, ya que serán nuevos instrumentos pedagógicos que promuevan la implementación de proyectos que enriquezcan los planes de desarrollo educativo vigente.

2.1.2.4. Implementar estrategias comunicacionales y métodos para la prevención

Según Eugenio Tironi, Sociólogo 2011 y Ascanio, Periodista 2011, “Es la práctica que tiene como objetivo convertir el vínculo de las organizaciones con su entorno cultural, social y político en una relación armoniosa y positiva desde el punto de vista de sus intereses objetivos” (Hernàn Bustillos, 2014)

“El conjunto de estrategias comunicacionales internas y externas enfocadas en el relacionamiento entre los actores y la institución reconociendo sus contextos, tramas y escenarios para la construcción de objetivos conjuntos, aunando todos los esfuerzos para su consecución y vínculo con su entorno”. (Diego Apolo Buenaño, 2014)

Según Diego Apolo 2014, es fundamental conocer las diferentes herramientas de estrategias, para saber aplicarlas, la realización de una investigación previa lograría determinar y seleccionar la más adecuada, lo que lograría beneficiar la ejecución de las estrategias y por ende la obtención de los objetivos. Existen tres soportes o instrumentos

para utilizarlos en la institución contando con las recomendaciones y acercamientos básicos al objetivo de cada una de ellas, los soporte multimedia serían los instrumentos que aportarían en las estrategias tales como medios impresos, audiovisuales y radial, seguido del soporte Web que son las tecnologías (redes sociales) que permitirá la efectividad de las estrategias y el contacto directo que es la herramienta que se desarrollan en las instituciones. (Diego Apolo Buenaño, 2014)

El modelo de una estrategia comunicacional con enfoque participativo y efectivo se lo plantea mediante esferas de la comunicación identificadas como:

- **Comunicación Interna:** Un proceso con doble vía que conseguirá satisfacer las necesidades de ambas, por tal razón es importante el feedback o retroalimentación que se produzca por ambas partes en la comunicación interna.

Hay que recalcar que es una de las comunicaciones muy descuidadas por la simple razón que muchos departamentos desconocen que están haciendo unos y otros. Uno de los propósitos de esta comunicación es optimizar la circulación de información descendente y ascendente dentro de la institución y para ello es preciso desarrollar un buen sistema de gestión de la información para llevar a cabo el objetivo:

- Determinar las necesidades internas y externas de información
- Desarrollar la base informativa de la institución y garantizar la accesibilidad de la información
- Establecer procedimientos de seguridad para la información
- Formar y entrenar a los estudiantes en el manejo de la información

Los Productos de la Comunicación Interna podrían ser: cartelera institucionales, intranet, boletín Boletines informativos actividades de capacitación, jornadas de comunicación.

- **Comunicación Externa:** orientadas a crear, informar, mantener, mejorar e incrementar la comunicación con su entorno ; fomentar y promover actividades; elaborar mensajes y producto comunicacionales sobre el alcance y el avance de los planes; programas, estrategias y proyectos del centro educativo. Los Productos de la Comunicación Externa pueden ser: Radio, Prensa, TV, Internet, comunicados de Prensa, Ruedas de Prensa,

Publicaciones Institucionales (boletines, documentos, material educativo), Videos Institucionales, Emisoras, canales de televisión institucional, Portal Web, Campañas (Cívicas y Educativas) y Eventos Públicos. (Mari Sàez, 2010)

- **Comunicación Educativa:** se refiere a la planificación de campañas dirigidas a la difusión de programas de concienciación del problema de drogas, la prevención de las consecuencias que provoca esta enfermedad y la reducción de los antivalores. Los Productos de la Comunicación Educativa pueden ser: talleres educativos, jornadas informativas, cartillas, plegables, web temáticas, videos educativos, programas y series radiales, comerciales de televisión, avisos de prensa, afiches, banners en sitios web, vallas, pendones.
- **Comunicación Participativa:** contribuye a construir lazos perdurables de diálogo, entendimiento y solidaridad que ofrezcan condiciones apropiadas para asegurar alianzas entre los actores sociales a favor de la convivencia pacífica. La comunicación debe percibirse más allá de la simple producción de mensajes como un proceso social. Sus productos pueden ser: los diálogos, intercambio de experiencia, negociación de prioridades, creación de alianzas, reunión hacia un objetivo común. (Mari Sàez, 2010)

2.1.3. Prevención y Comunicación

La prevención es la meta fundamental y más deseable en la comunicación para concientizar sobre un problema, un caso específico son el consumo de drogas que se da en las instituciones educativas con los estudiantes, el cual representa un reto complejo por las consecuencias, efectos, trama legal y social en que se encuentran los sujetos en mención. (Umaña, 2003)

Los contenidos comunicacionales adecuados en la prevención del consumo de drogas estarían dirigidos a divulgar actitudes positivas, hábitos saludables y crear conciencia de la importancia de la comunicación, además ayudan a identificar los aspectos conductuales negativos, como los relacionados con la autoestima, entre otros que los inducen al uso de drogas.

La comunicación puede ser aplicada a la prevención a través de mensajes para que los jóvenes puedan tener una guía, o una referencia estratégica.

La prevención permite trabajar en áreas como:

- **Conocimientos y actitudes.**- mayoritariamente las consecuencias del abuso de drogas generan en los estudiantes actitudes negativas, comportamientos degenerativos y degradación, este punto de vista nos indican la necesidad de la creación de mensajes que destaquen el peligro de este problema.
- **Valores** promoviendo más la responsabilidad, honestidad, sinceridad, trabajo, comprensión, sus beneficios y consecuencias.
- **Ruptura de una comunicación.**- es uno de los problemas de mucha notoriedad, son varios los factores que inciden y se percibe en diferentes campos como las redes sociales, el poco espacio de tiempo de relación intrafamiliar y la falta de confianza con sus docentes, convirtiéndose en un reto en la que las autoridades, instituciones y padres de familia tienen la responsabilidad de generar condiciones que posibiliten a los alumnos para lograr un acercamiento productivo. (Beatriz Navarro Tor, 2005)

2.1.3.1. Ejes de Prevención

Ponerse a trabajar la problemática de consumo de drogas, es comenzar a congregar todos los saberes, ideas y audios que se manejan a diario. Trabajar el punto de concienciación en los jóvenes es vincularlos a formar parte de un proyecto de prevención con la supervisión de los sujetos que viven en su entorno.

Trabajar la prevención en relación con la problemática del consumo de drogas exigirá vincularse con todo lo que sucede en las aulas, en los distintos espacios institucionales, en la relación de padres de familia hacia sus hijos, el ser vigilante a los detalles que se visualice en el entorno del adolescente, los ejes son la percepción para avanzar. Prevenir es educar, siempre que consideremos a la educación como la combinación de actividades de formación, que conduzcan a situaciones de alcanzar un bienestar común.

2.1.3.2. Niveles de prevención

Entre la absoluta abstinencia y la instauración del problema de consumo de drogas, existen muchas formas para relacionarse con las sustancias. La intervención preventiva debe adoptarse a esta realidad, hay que saber diferenciar para actuar ya que no es lo

mismo: a un grupo que no tiene relación con las drogas, a uno que está comenzando u otro que ya tiene problemas de consumo de drogas, dado a esta circunstancia se distinguen tres niveles de intervención según: (Igia, 1999)

- **Prevención Primaria.-** referida al conjunto de actividades que tienden a que se produzca el consumo de drogas en la institución, o en retrasar ese consumo. . Su objetivo es impedir o retrasar el consumo de sustancias psicoactivas, así como la aparición de conductas y factores que propicien su uso.
- **Prevención Secundaria.-** se centra en los estudiantes que ya han tenido contacto esporádico con consumo de drogas. El objetivo es de frenar esos contactos y evitar que se conviertan en usos adictivos. Proveer de información y acompañamiento a las personas de su entorno, generando redes de contención, abordaje y aprendizaje.
- **Prevención Tercerías.-** está dirigida a estudiantes que ya tienen un uso abusivo o problemático de drogas. El objetivo es evitar o reducir los riesgos inherentes al uso de drogas. Son las actuaciones denominadas de relación del daño. (Eransus, 2008)

2.1.3.3. Tipos de Prevención Comunicacional

Los tipos de prevención se concreta en objetivos específicos tales como concientizar las consecuencias del consumo de drogas, rol de responsabilidad de los padres de Familia, docentes y autoridades, determinar métodos y herramientas de comunicación para llevar directo y permanente el mensaje a los estudiantes.

A esto, se podría clasificar en tipos de prevención general, específica e inespecífica

- **Prevención General.-** son vinculadas a las políticas sectoriales. Pretenden que los adolescentes puedan trabajar y entender mejor sus relaciones intra e interindividual, buscando así una mejor condición de vida.
- **Prevención Inespecífica.-** proceso en que la institución genera formas de decisión y participación organizacional, grupal, y personal a través de actividades o contenidos generales que le permita optimizar el uso de sus recursos para prever y evitar situaciones que puedan originar fenómenos indeseados y promover actitudes y valores que incidan para el logro de una mejor calidad de vida en los sujetos.

- **Prevención Específica.**- Son programas o intervenciones exclusivamente destinadas a la prevención del consumo de drogas y en las que los contenidos sobre drogas son relevantes. (Consuelo Vèlaz de Medrano, 2009)

2.1.3.4. Contexto del Desarrollo de la Prevención.

- **Red de Medios:** Tiene sus orígenes en la intervención de los medios de comunicación y en la realización de programas radiales. Se realiza la prevención a través de: investigaciones, intervención de los estudiantes y supervisión de las autoridades internas y externas.
- **Red Educativa.**- Su intervención se da en el colegio y es realizada básicamente, por los sujetos involucrados.
- **Intervención Comunitaria.**- Ejecutado por equipos profesionales de diferentes áreas, es decir comunicadores sociales, Psicólogos, docentes entre otros

2.1.3.5. Estrategias en Prevención

La lucha en educar a los adolescentes contra la adicción a las drogas, es dura sobre todo a los que están en la etapa de la pubertad. La prevención es un trabajo de todos y para todos. La formación profesional es fundamental ya que mejora la práctica en los distintos ámbitos de la prevención.

El fomentar una comunicación entre padres e hijos es fundamental, ya que el comportamiento que demuestran la mayoría de los jóvenes que encuentran en este círculo del consumo de drogas, es voluble cuando están en grupo o cuando están con la familia.

Es por esta razón que es recomendable que los padres de familia formen parte de un programa preventivo, ya que muchas veces desconocen el modo de vida que están llevando sus hijos, a que grupos de amigos frecuentan y que actividades están realizando. Es primordial desarrollar un programa de tratamiento para que el estudiante tenga aceptación del problema, de la enfermedad, de creer en sí mismo y de que si puede hacerlo.

- **La Prevención Básica:** son acciones orientadas a sensibilizar y entregar información a los estudiantes, padres de familia y docentes de la institución para que tomen conciencia del problema de consumo de drogas como también construir mecanismos positivos para diferenciar los hábitos, las conductas y actitudes inadecuadas, y así poder evitar a quienes no estén involucrados en las drogas lo hagan.
- **Prevención Subsiguiente.-** implican procesos de diagnóstico y detección precoz del problema, es decir enseñar, incentivar y educar a los estudiantes desde los primeros y poder disminuir los daños y consecuencias negativas para quienes se han inmiscuido en las drogas.
- **Prevención Intermediaria.-** en esta prevención se considera exposiciones vivenciales por parte de jóvenes en proceso de rehabilitación, que no es otra cosa que la desintoxicación, fase en la cual se ayudará al estudiante a entender por qué, estos jóvenes cayeron en las garras de las drogas, por lo tanto se incluirá también técnicas y programas de aprendizajes para ayudarles a entablar comunicación con el ambiente y con otros, adherida a la aceptación de que esta enfermedad es incurable.

Las actuaciones dirigidas a facilitar información y formación de este proyecto ya sean mediante talleres, charlas, visitas a centros de rehabilitación ayudaría a concientizar esta problemática que se ha convertido en una llave mágica para los estudiantes que creen haber encontrado la solución a los problemas dejando a un lado la peligrosidad que significa la administración de estas sustancias.

2.1.3.6. Funciones de las Estrategias de Prevención.

Según Geoffrey Rose, 1992, sabio profesor quien dijo que “es mejor estar sano que enfermo o muerto. Este es el principio y el final del único argumento real de la medicina preventiva.”. describe a la estrategias en relación con el control y la prevención, en este caso el consumo de drogas es una orientación de alto riesgo que tiende a concentrarse en el sector más vulnerables como lo son, los jóvenes de los centros educativos en definitiva es identificar, proteger e concientizar a los estudiantes. (Jenkins, 2005)

El fin de una estrategia de comunicación es tratar de resolver los problemas a nivel del objetivo planteado, en la institución educativa es necesario utilizar las conclusiones del

diagnóstico participativo de los sujetos, ya sean estos métodos, técnicas y medios de comunicación, por lo que se tratara de hacer con los estudiantes.

2.1.4. Comunicación Educativa.

Una de las tareas que han tenido los especialistas de comunicación, es concretar este campo de estudio, el mismo que han pasado años para incorporarse y tener el interés deseado. Hoy en día existen muchos educadores que utilizan herramientas pedagógicas para fomentar los procesos educativos a través de la enseñanza programada. Es por esto que la comunicación educativa engloba a:

- La educación intencionada, cuyo sustento sería los medios de comunicación impresos, audiovisuales, informáticos y telecomunicaciones.
- La educación de Impacto, efecto o educación informal, estos se dan en los auditorios de comunicación
- Campo de investigación (prácticas responsables, mensajes de la sociedad receptora. (Madrid, 1998)

2.1.4.1. Concepto

Según Barnett Pearce (1992) plantea “que las personas viven en la comunicación y no que usan la comunicación como algo externo o necesario para otros propósitos”, la Psicología del Aprendizaje y la Teoría de la Comunicación son afinidades existentes en el desarrollo de la Tecnología Educativa, de las cuales se desprenden los siguientes pensamientos:

- Es fundamental el enseñar y aprender
- Todo lo que haces aprendes
- No siempre hay perfección en el aprendizaje
- Para una buena comunicación es preciso la interacción entre el profesor y el estudiante
- un documento es un mensaje que crea una comunicación del emisor al receptor
- es preciso una elaboración y tratamiento de la información
- lenguaje (integración verbal, matemático, simbólico, gráfico e icónico)
- Instrumentos (gráficos, audiovisuales, autómatas, etc.)

2.1.4.2. Características de la Comunicación Educativa

La eficacia de la comunicación dentro del centro educativo se basa en características como:

- **Conveniente.**- esta sería factible ya que el no existir, provocaría deterioro de las actividades. Antes de iniciar una comunicación debe contestarse la pregunta en cuestión, cualquier comunicación que se haga debe tener doble valor, el contenido de la información y la relación con la persona a quien se dirige. Es por esto que se recomienda que la comunicación sea frecuente entre los miembros de la familia educativa, siempre y cuando no se exagere, ya que podría caer en rutina y estropearse la eficacia de la comunicación.
- **Clara.**- esta debe ser clara y concisa, en el momento que defina su objetivo que persigue, hay que tener en cuenta la selección y el uso adecuado de los signos, las palabras que se utilizan en la comunicación son referencias a realidades y hechos de las connotativas ya que serían susceptibles de originar distintas actitudes según la persona que las interpreta.
- **Cordial.**- el comunicante debe tener en cuenta a quien dirige la comunicación, el receptor debe tener en cuenta el interés por el contenido. La comunicación dirigida a una persona tiene más posibilidades de eficacia que, a quienes se envía. En conclusión la comunicación es conveniente en cuanto a su utilidad y frecuencia.
Clara por su expresión de sus objetivos y cordial por su adecuada e interesante comunicación para el que la reciba. (Victor Garcia Hoz, 1986)
- **Participativa.**- La comunicación debe ser participativa en referencia al intercambio de información, ósea flujos verbales y no verbales y a la actualización de medios técnicos como impresos, radio, televisión, cine, internet, es definible que la comunicación participativa es una variedad de fenómenos y procesos en la que la personas involucradas intercambian y comparten ideas y sentimientos, qué, tienen en común. Toda acción de comunicación implica uno o más relaciones entre sujetos comunicantes, teniendo lugar dentro de los procesos sociales que responden a deseos y necesidades de los sujetos involucrados. (Liliana León Zúñiga, 2010)

De manera general, la relación educativa, es el encuentro entre un educando y un educador. En el contexto escolar es un encuentro institucional donde se produce un conjunto de experiencias que se orientan a informar y formar sistemáticamente al alumno

o. es en esta relación en donde el aprendizaje y la comunicación se constituyen en dos pilares esenciales para la adquisición de experiencias.

En toda relación interpersonal y por ende la que se establece entre el profesor y los alumnos se transmiten ideas, información, opiniones, sentimientos y emociones. En el desarrollo de una clase es importante la información, el tono de voz (seco, dulce, o enfadado) que transmite el profesor.

La experiencia profesional nos indica que muchos docentes, en su trabajo de aula y fuera de ella, desarrollan su labor sin considerar la importancia que tiene la variable comunicación, lo que estaría afectando el proceso de aprendizaje de los mismos.

(García Sarria, 1995)

2.1.4.3. La Comunicación como Herramienta del Aprendizaje.

La comunicación crea estrategias precisas para optimizar el aprendizaje y encaminar una vía adecuada para relacionarse con otras personas. En el campo educativo la comunicación es un recurso indispensable, ya que sirve para realizar estrategias innovadoras con la posibilidad de fortalecer el aprendizaje docente-alumno.

El aprendizaje de los estudiantes desde una perspectiva constructivista constituye un proceso de cognición mediante el cual se estructura la personalidad del profesional. La comunicación es un proceso cuyo manifiesto se da en un cuadro de desarrollo pedagógico y cuyo carácter regulador es de objetivo, de formación y de personalidad. La comunicación debe ser enriquecedora y activa en el sentido de que, el docente y el alumno ocupen el rol de emisor-receptor, el docente como orientador, para lograr cambios propios en el alumno, debe tratar de utilizar un lenguaje motivador, cargado de valores. (Estaño & Montes, 2013)

2.1.4.4. Proyección de una Comunicación Educativa.

Se entiende por comunicación educativa a sectores que están involucrados en ella, el cual refleja las demandas y necesidades de estos. Se acerca a su cultura, acompaña procesos de transformación, ofrece instrumentos para intercambiar información, facilita vías de expresión, permite la sistematización de experiencia por medio de recursos apropiados a

diferentes situaciones, busca una democratización de la sociedad basada en reconocimientos de capacidades de las grandes mayorías para: expresarse, descubrir su realidad, construir conocimientos y transformar las relaciones sociales.

Según Castillo Prieto, 1998 las bases prácticas en la comunicación educativa estarían relacionadas con:

- **Investigación.**- Las instituciones que practican la comunicación educativa por lo general carecen de información sobre la importancia de los medios de difusión. El terreno de los medios es el más competitivo que existe en el campo de la comunicación social, quien carece de información no puede planificar adecuadamente.
- **Planificación.**- Cuando no se cuenta con una planificación adecuada se hace difícil la comunicación institucional, como de usos de medios. Por lo general se inicia con un diagnóstico socio-económicos de determinada realidad buscándolas sin ningún intermediario, las posibles soluciones a diferentes situaciones que necesiten la intervención de la comunicación.
- **Elaboración de mensajes y usos de medios.**- muchas instituciones no saben cómo preparar su materiales, como moverse con fluidez dentro de los diferentes géneros y formatos de la comunicación social La demanda comunicacional en las instituciones es elocuente, y es que durante muchos años se ha mantenido que los materiales educativos son justificables por su contenido, lo cierto es que un programa en un medio que transmita mensajes y que logre coordinar entre sí un efecto cooperativo alcanzaría el objetivo estratégico y demostraría que su forma también tiene gran importancia.
- **Validación y seguimiento.**- para Daniel Prieto, 1998 “También la industria cultural ha demostrado la importancia de probar los materiales, de someterlos a la percepción y el uso de los destinatarios antes de difundirlos” y “lo usual ha sido de enviar mensajes sin preocuparse por su destino, como su mero hecho de circulación lo asegurara”. (Castillo Prieto, Comunicación Educativa en el contexto latinoamericano, 1998)

Una comunicación educativa se podría decir que es una forma de acompañar los procesos sociales no con la finalidad de inducir, sino en lograr un aprendizaje con las posibilidades que ofrece los medios tradicionales y las tecnologías de la información y comunicación.

2.1.4.5. Alcances de la Estrategia Comunicacional en los Centros Educativos.

La mayoría de experiencias de la comunicación en América Latina surge con la ayuda de terceros, es decir las agencias, entidades u organizaciones internacionales que proponen por el cambio social de los países subdesarrollados.

Las estrategias comunicacionales hoy en día presentan un programa rico y diverso tanto en términos de emisoras de radio y televisión. No obstante son muchos los escenarios para compartir este tipo de experiencia mediante un programa comunicacional, a diferencia de los años 70 y 80 cuando existía tabús para el dialogo, el debate y la reflexión sobre los temas referente a las drogas. (Rincòn, 2007)

En el País existen grandes experiencias de comunicación, pero pese a esto, los logros obtenidos son aun pequeños y aislados. Sin embargo los esfuerzos de muchas personas y la misma fuerza de sus convicciones, actitud crítica y cuestionadora de los medios de comunicación, así como su activismo intelectual y práctico de las autoridades competentes, han contribuido a generar cambios y hacer de los centros educativos pobres en el campo de la comunicación.

La tarea entonces, consiste en crear los espacios adecuados para difundir los resultados de estos procesos y generar debates a varios niveles y en diferentes ámbitos del desarrollo, las experiencias de estas personas no se pueden quedar en el papel ni en los materiales audiovisuales, como tampoco al interior de la institución, se debe fortalecer, intercambiar y generar conjuntamente resultados e impactos en los centros educativos

Como dice Gumucio Dragón ,2006 “los jóvenes no deben seguir siendo la quinta rueda del carro en expresar sus criterios e inquietudes”, Urge una difusión adecuada de todo el sentir de los jóvenes, que se interesen por estos temas y con el tiempo se convierta en un discurso de interés estudiantil, sin exclusión alguna. También es urgente que se instruyan a los docentes con los conocimientos requeridos, a los comunicadores que aporten con espacios en los medios de comunicación, pero no para que se dediquen sólo a la investigación, a desprestigiar, a enseñar desde las aulas o ser ellos los protagonistas, sino para que diseñen e intervengan con los mismos estudiantes en estrategias de comunicación y así poder lograr un desarrollo al mismo nivel que lo hacen los grandes decisores. (Gumucio Dagrón, 2006)

2.1.4.6. Los Medios de Comunicación, un vínculo en la Comunidad Educativa.

“El programa Medios de Comunicación y Educación es un intento de mejorar la escuela mediante el establecimiento de una nueva práctica pedagógica basada en el uso de los medios para la formación de receptores críticos” (OEI, 1994)

Para las comunidades locales, más que la televisión es la radio, sobre todo la frecuencia modulada, la llamada a desempeñar una labor educativa. Experiencias en este sentido, se han llevado a cabo resultados positivos en diferentes países, donde existen radios locales, radios de barrios que dan noticias y se preocupan de la problemática de pequeñas comunidades, experiencia que puede ser aprovechada con fines educativos. La radio y la televisión son instrumentos aptos para canalizar programas formales educativos a cualquier nivel, que coopera con el sistema educativo. (R.T.V.E, 1982)

“Es preciso conseguir que la pedagogía y la comunicación se integren, actuando a manera de herramientas para mejorar las relaciones docentes-alumno, alumno-padre de familia, autoridad interna y externa-comunidad educativa” (OEI, 1994)

Los Medios de Comunicación deben incidir favorablemente en los centros educativos, para lograr mejorar el rendimiento de los estudiantes, permitir que amplíen sus objetivos y que perfeccionen sus métodos técnicos, y así faciliten su explotación como instrumentos de educación para sus padres y profesores.

2.1.5. Productos Comunicacionales

Los productos comunicacionales son elementos importantes dentro de una institución. Son planteamientos y usos estratégicos de procesos comunicativos, son manejos de medios con el que se busca la participación de la unidad educativa. (González, 2004)

Una verdadera gestión comunicacional conducirá a encontrar soluciones más apropiadas para la elaboración de productos comunicacionales, la elaboración y producción de la misma establecerá mecanismos y benéficos para que las autoridades del centro educativo delegue la intervención directa de los estudiantes a la ejecución del producto comunicacional que hará posible fortalecer los espacios de participación desde un punto para diferentes sectores educativos, difundiendo conocimientos y mensajes con respecto

a la prevención al consumo de drogas, por tal razón estará sujeta a la supervisión de autoridades y psicólogos competente del colegio. (Agnol, 1992)

La evaluación previa del producto comunicacional logrará corregir errores y asegurar que se utilice un lenguaje apropiado para el receptor estudiantil al que se dirige el producto. El monitoreo permanente del impacto de los productos de comunicación ayudara a ir evaluando sus resultados en la institución.

2.1.5.1. Características Productos Comunicacionales

Lo fundamental del producto comunicacional es informar conocimientos sobre temas que afectan a los estudiantes en este caso el consumo de drogas, concientizar las consecuencias del problema y fomentar valores en el entorno familiar y educativo.

Los productos comunicacionales difundirán mensajes claros, coherentes, interesantes preciso, fluido y sencillo, utilizará un lenguaje en la que el oyente tenga una fácil comprensión.

Un producto comunicacional tendrá como pauta a que centros educativos rompan la entropía (desorden y caos) existente y para esto es preciso la integración del medio y los sujetos.

Es importante y relevante en este programa la preparación de la actividad, los estudiantes serán los protagonistas y un Comunicador Social será el guiador, en el campo investigativo estarán docentes y autoridades del plantel que ratificarán el trabajo, los padres de familia tienen la responsabilidad de aportar y trabajar en conjunto con sus hijos, panelistas como los vivenciales y psicólogos quienes darán su punto de vista ante el problema de las drogas en los centros educativos.

2.1.5.2. Importancia de los Productos Comunicacionales

La validación previa de los productos de comunicación asegura que se utilice un lenguaje apropiado para el tipo de población al que se dirige el producto. (Gonzalo, Agosto del 2006)

Las primeras experiencias a la utilización de los productos comunicacionales en el transcurso de la historia han servido para reafirmar la importancia de esta, en la sociedad. Los espacios de diálogos que se implementan generan encuentros entre la población, autoridades y representantes, originando los avances de proyectos y sensibilizando a la población sobre la importancia de la necesidad de la información, pues, esta tarea se plasma mediante boletines informativos, programas y spots radiales, paneles informativos, reuniones de información.

Hay que reconocer que los productos comunicacionales hace posible que llegue la información a diversos sectores sociales, y a la vez logra que se fortalezca los espacios de participación ciudadana. El Rol de los productos comunicacionales es de esencial importancia en las interrelaciones de procesos de aprendizaje y de formación, cuyos procesos son mostrar, difundir e intercambiar opiniones, pensamientos sentimientos y apreciaciones.

La reflexión de consumo de drogas es uno de los fundamentos más firmes para que los jóvenes hagan conciencia de sus consecuencias. Las tendencias más generales del conocimiento son referentes inconfundibles de los procesos de recepción y consumo de mensajes. El racionalismo, el dogmatismo o el formalismo pueden ocasionar sublimación o negación de los mensajes, pues el empirismo traza un esquema de imposición de los productos comunicacionales a los sujetos receptores. (Albarracín, 2000)

La interpretación de los productos comunicacionales es posible por la práctica de una metodología básica consistente en la lectura crítica de mensajes.

Los productos comunicacionales se utilizan para accionar la estrategia de comunicación, Para que un producto sea eficiente se debe tomar en cuenta ciertos patrones al momento de la elaboración como: Imágenes, Títulos, Textos

2.1.6. Las Drogas y los medios de Comunicación.

La Organización Mundial de la Salud define a la droga como “toda sustancia que, introducida en el organismo vivo, puede modificar una o más funciones de este” Por consiguiente las drogas son sustancias que tienen propiedades psicoactivas susceptibles que crean dependencia psicológica. Las drogas son sustancias químicas que provocan

cambios en el estado emocional, el funcionamiento del organismo y el comportamiento de la persona. (Castro, 2007)

En sentido de la comunicación se puede percibir, además como un medio de interlocutor porque ayuda a generar contactos, compromisos relaciones y nodos de interacción., la comunicación juega un papel fundamental dentro de la cultura educativa, ya que es un instrumento básico para su difusión, transmisión y aceptación de esta en los estudiantes, padres de familias, docentes y autoridades internas y externas de una institución.

La prevención escolar del consumo de drogas cuenta con una gran aceptación entre el colectivo de educadores y es vista como necesaria por la mayoría, pero dentro de ese numeroso colectivo es fácil distinguir la existencia de muy diversos niveles de exigencia y posibilidades de compromiso de dicha tarea, por ese motivo los programas de prevención deben ser diseñados con la suficiente flexibilidad para que puedan acceder a ellos educadores con baja exigencia frente a estas materia y también encuentren posibilidades de aplicarlos aquellos más exigentes frente a la prevención en los centros educativo que estén dispuestos a actuar de un modo más amplio o profundo. (Peris, 2006)

La cuestión antes planteada tanto como el fenómeno social de las drogas como el papel de los medios de comunicación social constituyen un reto en los centros educativos y como ente en los educadores. Se puede defender la urgente necesidad de una enseñanza – aprendizaje dado la emergencia de este fenómeno social.

Convendría reflexionar sobre este tema, la necesidad de un trabajo en conjunto entre profesionales de los medios y especialistas en la cuestión de drogas, los periodistas no tienen una formación especializada en drogas y los especialistas en drogas tampoco en temas de comunicación, importa a que los medios presenten información sin dramatismo y con la mayor objetividad posible teniendo en cuenta la variedad de elementos que en ella intervienen, de tal manera que el consumidor de información quede más enriquecido para tomar sus propias decisiones.

Los medios de comunicación pueden jugar un papel clave, en la colaboración con los programas de prevención para difundir mensajes positivos y esperanzador y así los receptores contribuirían para a que la sociedad perciba al drogodependiente como una persona normal, sin perjuicio de ningún tipo y a que entiendan esta problemática como lo

es la drogodependencia, el rol de los medios es utilizar los principios con objetividad. A todo esto se trata de superar aquellos mensajes que han demostrado contraproducentes, tales como:

- el uso de la droga tal, produce el efecto pascual
- el consumo de la droga tal, nunca produce el efecto pascual
- las drogas son muy peligrosas
- el problema de las drogas solo es un problemas de los jóvenes
- solo existe un modelo de tratamiento valido
- todo tipo de estereotipos

Los profesionales de la educación, consiente de esta realidad deben reflexionar sobre estas cuestiones para poder concretar mejor las actuaciones educadoras en relación con las drogas.

Como defiende Bartolomé (2001), la escuela del futuro se debe mover en una sociedad de información asumiendo la responsabilidad de orientar para la acción responsable, positiva, autónoma, creativa. La utilización de medios debe tener lugar en un contexto educativo:

- Reconocer y trabajar influencias de medios: verificar si de los medios parten efectos en el ámbito de la representación (familia, trabajo, política), comportamiento (conflictos, huelgas, guerras), pensamientos ideologías (opinión).
- Comprender, diferenciar, valorarlos mensajes y programas de los medios, trabajando aspectos como: distintos sistemas de símbolos (imagen, texto), distintas categorías de programas (noticias, publicidad), técnicas de representación (perspectivas, planos), distintos medios (TV, radio, redes sociales).
- Elección y uso de ofertas mediáticas atendiéndose a alternativas diferenciadas en las actividades: entretenimiento, juego; aprender y formarse; solución de problemas, toma de decisiones; información política, cultural.
- Preparación de difusión de medios propios a través de unidades didácticas, fichas, murales, periódicos, videos, radio.
- Análisis y crítica de la significación de los medios y sus influencias, en este sentido realiza trabajos sobre contenidos y utilización. (Fuente, 2004)

2.1.6.1. Drogas y su influencia en las instituciones educativas

La Declaración Universal de los Derechos Humanos (DUDH) votada por las Naciones Unidas comprende:

Artículo 27

2. La educación tiene que apuntar a un pleno desarrollo de la personalidad humana y a un refuerzo del respeto por los derechos del hombre y por las libertades fundamentales. Tiene que favorecer la comprensión, la tolerancia y la amistad entre todas las naciones y los grupos raciales o religiosos, así como el desarrollo de las actividades de las Naciones Unidas para el mantenimiento de la paz.
3. Los padres tienen, por prioridad, el derecho de escoger el tipo de educación que sus hijos deben recibir. (Piaget, 1972)

No resulta tan cómodo y fácil la intervención educativa ante todas las variables que inciden en el inicio y en el desarrollo del consumo de drogas, en las instituciones educativas existe una grave responsabilidad que se ha de traducir en intervenciones educativas a la realidad del problema existente. Pero estas intervenciones pueden tener efectos limitados si no se da un vínculo de esfuerzos para poder actuar al mismo tiempo sobre todos los factores intervinientes en el lugar y en el momento preciso.

Cualquier institución interesada por la educación sobre las drogas no podrá dejar de lado la colaboración de los padres de familia, docente, psicólogos, autoridades internas y externas y principalmente el alumno pues las garantías de eficacia son mayor, si, se trabaja de forma conjunta y coordinada. (Fuente A. V., 1993)

La Educación sobre las drogas no tiene otra meta que conseguir y colaborar en la consecución del pleno desarrollo del estudiante y por esa razón, la intervención educativa va más allá de la información y de los métodos tradicionales desacreditados por los resultados como que se han dado.

Por eso el objetivo final es conseguir que el estudiante tenga capacidad de tomar decisiones, clasificar los valores y ser capaz de ponerlos en práctica en diversas situaciones. Por tal razón los educadores deben adoptar sus actividades al nivel evolutivo y a los intereses de los adolescentes.

Los centros educativos no pueden desentenderse de ninguna situación con las drogas, es ella quien tiene que ofrecer una respuesta coherente dentro de sus propias coordinadas institucionales, tiene que integrar en su proyecto educativo las intervenciones relacionadas con esta problemática.

No existirá autentica educación sobre las drogas más que en las medidas en que esta se integre plenamente en toda la tarea educativa general, no solo en los programas sino en toda la dinámica de la institución. El compromiso de la comunidad educativa es traducir programas específicos sobre el consumo de drogas, utilizar los servicios existentes como los medios comunicacionales y otros grupos como los vivenciales

Los padres son la fuerza más poderosa en la vida de sus hijos, señala Silverman (1991), en el inicio de su informe sobre el movimiento de padres, elaborado para la división de Estupefacientes de Naciones Unidas, si la familia constituye un recurso imprescindible para la prevención, también aparece claro entre los profesionales que es una pieza estratégica en el proceso de tratamiento e inserción social de los drogodependientes. La familia constituye el primer recurso a tener en cuenta en los programas educativos por la importancia de su colaboración en cualquier programa preventivo.

Como dice el consejo de Europa (Conseil de L'Europe, Comité restreint d'Experts sur la Prventioòn de la Toxicomanie, 1981) "Debe considerarse seriamente una mayor utilización, como educadores, de los padres... como un medio de reforzar los resultados positivos de los programas de educación en materia de drogas." (Fuente A. V., 1993)

2.1.7. La Comunicación en el Entorno Familiar.

Para Murray Bowen, 1991, "La Familia es un sistema en la medida en que el cambio de una parte del sistema va seguido de un cambio compensatorio de otras partes de este sistema. Prefiero pensar en la familia como en una variedad de sistemas y subsistemas. Los sistemas funcionan en todos los niveles de eficacia, que van desde un nivel óptimo hasta el mal funcionamiento o el fallo total. (Murray Bowen, 1991)

Que existe un buen nivel de comunicación en el entorno familiar significa que el entendimiento y la comprensión entre los miembros son aceptable, aunque existan

desacuerdos. Todas las familias pasan por buenos y malos momentos. A veces hay una buena armonía familiar y los niveles de conflictos son bajos o irrelevantes. Es ahí cuando la comunicación fluye, las expectativas se cumplen y el día es agradable. Pero en otras ocasiones sucede todo lo contrario los conflictos son constantes, hay falta de respeto y la utilización de un lenguaje agresivo y perverso. Es ahí donde el estado de ánimo de la familia entra en alerta y vigilancia. (Rojas-Marcos, 2008)

Debe basarse en un diagnóstico y tratamiento precoz mediante campañas en la institución Hay que hacer llegar a los estudiantes el concepto de que el adicto es un enfermo, lo que es muy difícil, ya que en la misma compulsión de búsqueda de droga, la mayor parte adopta un comportamiento delictivo o agresivo.

Hay que fomentar los programas de rehabilitación para reestructurar la personalidad del enfermo en su ambiente habitual. Este tipo de prevención secundaria tendría como misión principal rehabilitar socialmente al drogadicto. La institución debe tener espacio físico y socio-terapéutico adecuado. Un programa de rehabilitación que contemple el período de desintoxicación, el de rehabilitación psicológica y de reinserción psicosocial.

2.1.7.1. Establecer Límites y Normas

Establecer normas y límites para los hijos es un buen método para enseñarles como es el mundo real. Cuando más parecidas sean las experiencias a las que va a tener posteriormente mejor preparados estarán para afrontar la vida que van a vivir en libertad. El objetivo que persiguen las normas y los límites es enseñarles al hijo/ja a ser responsables de sus actos. (Armas, 2007)

La familia es la célula que hace posible al crecimiento del individuo, es este, en el cual reciben los cuidados básicos para el buen desarrollo, hasta que alcance el cierto grado de autonomía, en la familia las personas reciben afecto, aprenden a amar, a ser solidarios, a respetar, etc.

Las normas y límites son importantes porque estructuran a los hijos, les ayudan a tener las cosas más claras, a saber lo que hay que hacer y lo que no. Esto le da seguridad, los límites se van adecuando a la etapa de desarrollo de los hijos, de menor a mayor

autonomía. Si el joven se siente valorado y amado por sus padres y recibe de ellos mensajes positivos, se sentirá seguro de sí mismo.

2.2. MARCO TEÓRICO CONTEXTUAL.

2.2.1. Ubicación del Colegio Nacional “9 de Octubre”

El Centenario Colegio 9 de Octubre se encuentra ubicado en las calles Palmeras entre Av. 9 de Octubre y Bolívar.

2.2.2. Reseña Histórica del Colegio Nacional 9 de Octubre

Una institución que en los años 1886, fue impulsada por el Párroco Dr. José Ochoa León y el Cnel. José Madero, quienes pusieron en marcha el primero y segundo año lectivo con 14 alumnos, Creando las asignaturas como Francés, Religión, Cosmografía, Filosofías Racional, Geografía Universal, Matemáticas, Gramática, castellano y Literatura.

El Colegio Fiscal “9 Nueve de Octubre”, de la ciudad de Machala es uno de los primeros colegios que ha albergado a miles de jóvenes en sus aulas, ha entregado Bachilleres capaces y preparados de acorde al avance y desarrollo socio económico de nuestra provincia, acupando funciones gubernamentales tanto en el campo político, educativo, cultural, social, deportivo, religioso y científico ya sea dentro de Provincia, o el País,

- **Principios.-** El Plantel cuenta con un aproximado de: 3.800 estudiantes, 180 Docentes titulados y contratados, 30 Personal administrativo, 16 servicios generales. El colegio 9 de Octubre posee local propio, su estructura es de hormigón, cuatro pabellones, patio amplio, garaje, guardería.

- **Sostenimiento Económico:** Gubernamental

- **Nivel Administrativo**

- Nivel Ejecutivo: Rectora: Lcda. María Eugenia Vaca, Vicerrectora: EGBS. (E) Lcda. Judith Romero Salinas, Mgs, Sub Inspector General: Ing. Wenceslao Aguilera Cabrera.,

- Personal del DOBE: Trabajo Social

- Departamento de Estadística: Jenny Macharé Maldonado

- **Gobierno Asesor:** Gobierno educativo y Gobierno estudiantil

- **Nivel Operativo:** Docentes, Estudiantes, Padres de Familia, Psicólogos

- **Jornadas:** Diurna, Básica, Nocturna
- **Nivel de Apoyo:** Aulas de laboratorios de inglés, Granja, área recreativa (cancha deportiva, piscina, gimnasio)

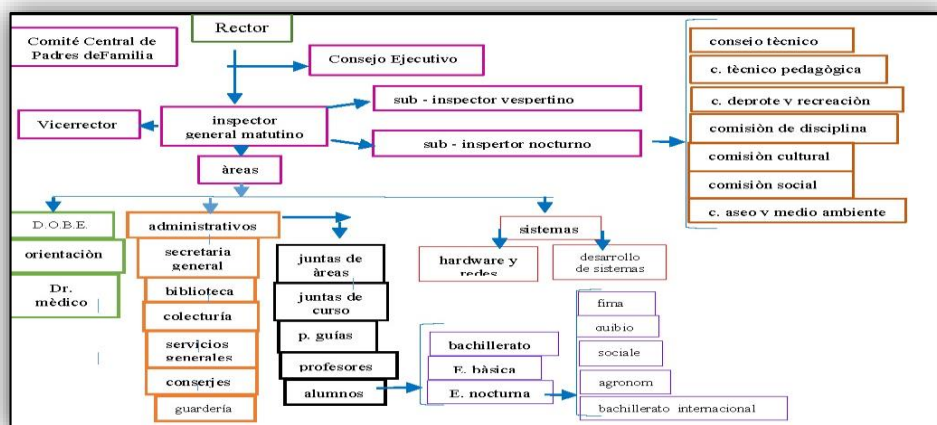
2.2.3. Misión

Es una Institución pedagógica que desarrolla una educación integral, a través de docentes capacitados, aplicando currículos, fundamentados en el conocimientos científico, tecnológico, ecológico, social, axiológico y humano, en la formación de agentes de transformación social, bachilleres en: ciencias, técnico y pioneros en el diploma del bachillerato internacional.

2.2.4. Visión

El colegio Fiscal “9 de Octubre”, de excelencia pedagógica, con empoderamiento en la globalización, universalización del conocimiento, la aplicación de la filosofía, ciencia y tecnología, transformado al capital humano en entes productivos y emprendedores, involucrados en el contexto nacional e internacional.

2.2.5. Organigrama de la institución



Elaboración: Investigación
Fuente: Colegio 9 de Octubre organigrama
Tabla: 2: Organigrama de la Institución

2.2.6. Planta Docente

CURSOS	Nº DOCENTES	AREA - ASIGNATURA - SECCIÓN VESPERTINA
OCTAVO	8	Estudios Sociales
	10	Leguaje y Comunicación
	6	Cultura Física
NOVENO	7	Inglés
	4	Cultura Estética
DECIMO	11	Matemáticas
	10	Ciencias Naturales

Elaboración: Investigación

Fuente: 9 de Octubre organigrama del colegio

Tabla 3: Planta Docente

2.2.7. Secciones u oferta académica

- Físico – Matemático
- Químico – Biólogo
- Filosófico – Social
- Agronomía
- Bachillerato Internacional

2.3. MARCO ADMINISTRATIVO LEGAL

2.3.1. Constitución de la República del Ecuador

TÍTULO II, Derechos

Capítulo segundo, Derechos del buen vivir

Sección tercera

Comunicación e Información

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o 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.

1. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho

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.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Art. 20.- El Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación.

CAPÍTULO III, Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria

Sección segunda

Jóvenes

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

El Estado reconocerá a las jóvenes y los jóvenes como actores estratégicos del desarrollo del país, y les garantizará la educación, salud, vivienda, recreación, deporte, tiempo libre, libertad de expresión y asociación. El Estado fomentará su incorporación al trabajo en condiciones justas y dignas, con énfasis en la capacitación, la garantía de acceso al primer empleo y la promoción de sus habilidades de emprendimiento

2.3.2. Ley Orgánica de Comunicación

TÍTULO II, Principios y derechos

Capítulo I

Principios

Art. 13.- Principio de participación.- Las autoridades y funcionarios públicos así como los medios públicos, privados y comunitarios, facilitarán la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los procesos de la comunicación.

Art. 15.-Principio de interés superior de niñas, niños y adolescentes.- Los medios de comunicación promoverán de forma prioritaria el ejercicio de los derechos a la comunicación de las niñas, niños y adolescentes, atendiendo el principio de interés superior establecido en la Constitución y en el Código de la Niñez y la Adolescencia.

2.3.3. Ley Orgánica de Servicio Público

TÍTULO II

Prevención

Art. 17.- Actividades preventivas.- Las instituciones y organismos públicos, en aplicación de los planes y programas de prevención del uso indebido de sustancias sujetas a fiscalización, desarrollarán, en las áreas de su competencia o actividad, bajo la supervisión de la Secretaría Ejecutiva y en coordinación y colaboración con las entidades y personas que estimaren del caso, las campañas tendientes a alcanzar los objetivos de esta Ley.

Art. 18.- Educación preventiva.- Los programas de todos los niveles y modalidades del sistema nacional de educación incluirán enfoques y metodologías pedagógicas que desarrollen la formación de una personalidad individual y una conciencia social orientadas a la prevención del uso indebido de sustancias sujetas a fiscalización.

Las autoridades del sistema educativo nacional y los directivos de los establecimientos de educación fiscal, municipal y particular y el Magisterio en general deberán participar activamente en las campañas de prevención.

Art. 25.- Medios de comunicación colectiva.- Los medios de comunicación colectiva contribuirán a las campañas de prevención, especialmente a las de carácter informativo, en la forma que determinen conjuntamente la Secretaría Ejecutiva del CONSEP y la Secretaría de Comunicación.

2.3.4. Ley Orgánica de Salud

LIBRO I

De las acciones de salud

Sección II

De la Prevención del Consumo de Bebidas Alcohólicas

Art. 46.- La autoridad sanitaria nacional en coordinación con el Ministerio de Educación y Cultura, las universidades, los gobiernos seccionales y la sociedad civil, diseñará y ejecutará planes y programas de educación y prevención del consumo de bebidas alcohólicas.

3. METODOLOGÍA

3.1. ANÁLISIS CRÍTICO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

3.1.1. Descripción del problema

La temática de las drogas es una realidad que ha tomado cuerpo en los centros educativos por consiguiente tiene características muy esenciales que hacen a que los estudiantes sean vulnerables ante esta problemática. Debido a su complejidad es necesario abordar un tratamiento de concienciación e integración en el campo comunicativo.

Hasta estas instancias se ha planteado el problema como una ineficiente prevención realizada en las instalaciones educativas, la falta de colaboración e interés por parte de los padres de familia, la poca comunicación entre docentes - alumnos, y la utilización de una comunicación verbal, gráfica y visual no ha sido suficiente para alcanzar resultados positivos en los estudiantes, a todo esto hace ver la necesidad de reflexionar sobre la necesidad de involucrar a la comunicación en un campo más profundo, que los

estudiantes tengan la atracción por ahondar en los temas de consumo de drogas para lograr cambios significativos en su situación actual ya que se ha detectado en las aulas del colegio la presencia de dosis junto a sus implementos de estudios (mochilas).

La situación actual en la que se encuentra los centros educativos referentes al consumo de drogas, es alarmante, por lo que el causante sería una comunicación fragmentada, dada esta situación es justificable la implementación de un programa de prevención al consumo de drogas, a los estudiantes del colegio 9 de Octubre de la ciudad de Machala.

Para el logro de este producto comunicacional fue necesario hacer un proceso y metodología de investigación donde se requirió principalmente fuentes bibliográficas y documentales lo que fortaleció al conocimiento de teorías, conceptos, tema, y situación que se da en los estudiantes con referente al problema del consumo de drogas, el palpar las relaciones internas en la institución sirvieron para conocer el grado de comunicación existente.

La encuesta fuente fundamental de investigación que se realizó en la institución, logró establecer el nivel de acercamiento que existe entre padres e hijos, el producto comunicacional utilizada para contribuir en la prevención del consumo de drogas demuestran la falta de consistencia y periodicidad, las entrevistas realizadas a profesores, psicólogos, docentes, y autoridades externas e internas del colegio 9 de Octubre se logra un objetivo, utilizar este producto en la institución, y que sean los estudiantes los protagonistas de este producto comunicacional. El reto principal del producto comunicacional es propiciar un cambio de actitudes, que mediante este producto genere concienciación en los estudiantes de lo que es el consumo de drogas.

El resultado de la encuesta realizada con los estudiantes, padres de familia, docentes y autoridades demuestra que una comunicación efectiva del producto es una ventaja competitiva que puede captar la atención de los estudiantes mediante la utilización de un producto comunicacional radial tomando en cuenta que la emisión de los mensajes procuran la transmisión de valores, la promoción humana y el desarrollo integral de la comunidad estudiantil y al mismo tiempo proponen elevar el nivel de conciencia y estimular la reflexión.

3.1.2. Formulación de la Hipótesis

3.1.2.1. Hipótesis Central

H. Las estrategias comunicacionales aplicadas para contribuir en la prevención del consumo de drogas, no han logrado generar interés alguno en los estudiantes del ciclo básico en el colegio 9 de Octubre

3.1.2.2. Hipótesis Particulares

H.1. Las estrategias comunicacionales aplicadas para contribuir en la prevención del consumo de drogas, no han logrado generar interés alguno en los estudiantes del ciclo básico en el colegio 9 de Octubre

H.2 Los productos comunicacionales usados, no han generado expectativa alguna para lograr integrar a los estudiantes en problemas de consumo de drogas por la falta de consistencia y periodicidad en la comunidad educativa.

H.3 El diseño de un producto comunicacional radial permitirá crear un vínculo entre la comunidad educativa y el medio de comunicación para integrar y concientizar a los estudiantes del colegio 9 de Octubre

H.4. El rol de las autoridades, docentes y padres de familia no ha logrado influir frente al consumo de drogas por lo que genera ruptura de la comunicación en los estudiantes del ciclo Básico del colegio 9 de Octubre de la ciudad de Machala.

3.2. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

3.2.1. Identificación y Conceptualización de Variable

Con la definición e identificación de las variables se logró:

VARIABLES	CONCEPTUALIZACIÓN
Estrategia comunicacional	Herramienta de planificación que guían, planifican, reflexionan y relacionan los espacios y lugares de comunicación existente en el centro educativo. Son utilizados para hacer más fácil el intercambio de información entre personas, demostrar una realidad (informar), cuestionar y revisar lo previo (opinar) modificar prácticas y actitudes (tomar decisiones), estas podrían ser individuales, grupales o masivos
Prevención de consumo de drogas en los estudiantes	Es anticiparse a lo que va a venir, realizar actividades previas a una situación o acontecimiento no deseado, valorado negativamente, o reducir daños y mejorar la situación en la que se encuentre la enfermedad del consumo de drogas
Producto comunicacional	Son utilizados para hacer más fácil el intercambio de información entre personas sean estas individuales, grupales o masivos. Son planteamientos, usos estratégicos para un proceso comunicativo, múltiples experiencias y factores ocurridos en su proceso de crecimiento.
Integración en la comunidad educativa al Problema de consumo de drogas	Es una estrategia de vinculación educativa valiosa, que une esfuerzos y voluntad ante las necesidades requeridas en el centro educativo
Consistencia y periodicidad	Estable y duradero para no desaparece fácilmente, cuida el más mínimo detalle para transmitir, busca los mecanismos para fomentar continuamente y acercar más el producto comunicacional para mantenerlo con el mismo lapso como el inicio
Diseño de Producto comunicacional radial	Conjunto de herramienta comunicacional que juega un rol fundamental en la persona a que tome conciencia de un asunto determinado, logra que el mensaje llegue al público objetivo, con enfoque concreto y generalizado en diferentes niveles de conocimiento.
Vínculo en la Comunidad Educativa	Unión, relación o atadura de alumnos, docentes, directivos, personal administrativo, padres de familia, benefactores para mejoras de convivencia, crea la necesidad de dar respuestas a la realidad latente en la unidad educativa.
Medio de comunicación	son utilizados para hacer más fácil el intercambio de información entre personas, podrían ser individuales, grupales o masivos
Concientizar a los estudiantes	Hacer que alguien tome conciencia o conocimiento de algo, que lo conozca y sepa de su alcance, mostrarle una verdad a través del diálogo y hacerle reflexionar sobre un asunto concreto.

Consumo de droga	Uso que provoca conductas riesgosas en el adolescente poniendo su salud en dificultades en corto o largo plazo, conducta que se deteriora a medida que se incremente la dosis.
Rol de las Autoridades	Asumir responsabilidades en esta problemática para resguardar la integridad de los actores principales siendo los estudiantes, docentes, padres de familia y la vida institucional
Rol de los Docentes	Educar, guiar, orientar, modelar y apoyar. Fomentar con el ejemplo, respeto, estilos de vida saludables y relaciones libres de violencia. Un vínculo alumno-maestro positivo es fundamental para el bienestar de toda la comunidad escolar.
Rol de Padres de Familia	Normas y límites importantes para estructurar a los hijos, ayudándoles a tener las cosas claras, dándoles seguridad de sí mismo, de tal manera que se siente valorado y amado por sus padres. Ser preventivo, ósea actuar antes de que aparezca el problema, realzar la imagen, ayudarle a desenvolverse solo atener autocontrol, impulsar la comunicación en el hogar
Ruptura de una comunicación	Poco espacio de tiempo de relación intrafamiliar, centro educativo y sociedad. convirtiéndose en un reto para lograr condiciones que posibilitan a los alumnos

Fuente: Investigadora

Tabla 4: Identificación y Conceptualización de Variable

3.2.2. Variables e Indicadores

VARIABLES	INDICADORES
Estrategia Comunicacional	SI NO
Prevención de consumo de drogas en los estudiantes	Comunicación Orientación Vínculo con personas dependientes Espacio de actividades
Producto Comunicacional	Trípticos Hojas volantes Talleres Audiovisuales Murales
Integración en la unidad educativa en Problema de consumo de drogas	Género Edad Tipo de Droga
Consistencia y periodicidad en concientizar a los estudiantes	Mañana (6:00, 7:00, 8:00, 9:00, 10:00, 11:00) Tarde (12:00 13:00, 14:00, 15:00, 16:00, 18:00) Noche (19:00, 20:00, 21:00)
Diseño de un producto comunicacional radial	Programas Radial interactivos Boletines informativos Revista informativos Micro programa radial

Vinculo en la Comunidad Educativa	Padres de Familia Docentes Autoridades internas y externas Estudiantes
Medios de comunicación	Impreso Audiovisual Radial Redes sociales
Rol de las Autoridades, Docentes y Padres de Familia	Respeto Tolerancia Discriminación Motivación Confianza Responsabilidad Desvalorización Fraternidad
Ruptura de la Comunicación	SI NO

Fuente: Investigadora

Tabla 5: Variables e indicadores

3.2.3. Selección de Técnicas de Investigación.

3.2.3.1. Métodos

- **Hipotético Deductivo:** Método que fue utilizado en el transcurso de la investigación de tal manera que proporcionó información específica del problema existente, basado en la evaluación de los datos se procedió al planteamiento de la hipótesis siendo punto clave para proceder a la selección de datos de las variables e indicadores
- **Deductivo:** Método que partió del concepto al objeto, expone primero los datos generales aceptados como válidos para llegar a una conclusión de tipo particular, fue utilizado para la aplicación, comprobación y demostración de la investigación.
- **Inductivo** Método mediante el cual partió de los hechos concretos convertidos en argumentos para establecerlos mediante análisis y razonamiento, es así que este método utilizado en la investigación partió de lo particular a lo general.

3.2.3.2. Técnicas

Para el desarrollo del siguiente trabajo académico fue necesario la utilización de las siguientes técnicas:

- **Entrevistas:** Técnica que permitió recopilar la información referente al tema de investigación mediante la conversación obtenida con los participantes del centro educativo: Lcda. María Eugenia Vaca (Rectora), Psicólogos del Colegio 9 de Octubre, Abg. Carlos Garzón Pazmiño (director del CONSEP), Rodrigo Pineda, Abg. Francisco Calvopiña y Ing. Bayron Ortiz (directores de radios), que permitieron recolectar información y por consiguiente tener claro la hipótesis de trabajo, las variables y relaciones que se quiere demostrar.
- **Encuesta:** Cuestionarios en la que se adquirió información de interés, mediante preguntas abiertas y cerradas previamente formuladas a través del cual se pudo conocer la opinión o valoración de los estudiantes y docentes del ciclo básico del colegio. Las respuestas que se obtuvieron se seleccionaron con responsabilidad y se determinaron del mismo las posibles variantes de respuestas estándares por lo que facilitó la evaluación de los resultados por métodos estadísticos.
- **Observación:** Técnica que consistió en observar atentamente el desenvolvimiento de los protagonistas de esta investigación, logrando tomar información y registrarla para su posterior análisis, siendo este un elemento de fundamental proceso investigativo ya que en ella fue de mucho apoyo para lograr obtener un mayor número de datos.
- **Bibliografía:** Para la recolección de datos fue necesario recurrir a libros, internet, videos, entre otros que permitieron respaldar la información de esta investigación.

VARIABLES	INDICADORES	Observación	Entrevista	Encuesta	Bibliografía
Estrategia Comunicacional	Si No	x	x	x	
Producto comunicacional	Trípticos Hojas volantes Talleres Audiovisuales Murales	x	x	x	
Prevención de consumo de drogas en estudiantes	Comunicación Orientación Vínculo con personas dependientes Espacio de actividades		x	x	x
Producto comunicacional radial	Programas Radial interactivos Boletines informativos Revista informativos Micro programa radial		x	x	

Integración en la comunidad educativa en Problema de consumo de drogas	Género Edad Tipo de Droga	x	x	x	
Consistencia y periodicidad en Concientizar a los estudiantes	Mañana Tarde Noche		x	x	
Diseño de estrategia comunicacional	Programas interactivos Spots publicitarios Programas musical Boletines informativos Paneles informativos Revista informativos		x	x	x
Vínculo en la Comunidad Educativa	Padres de Familia Docentes Autoridades internas y externas Estudiantes	x	x	x	
Medios de comunicación	La radio Tv Redes Sociales Impresos			x	x
Rol de las Autoridades, Docentes y Padres de Familia	Tolerancia Motivación Confianza Fraternidad Tolerancia Responsabilidad Desvalorización	x	x	x	
Ruptura de la Comunicación	Si No	x	x	x	

Fuente: Investigadora

Tabla 6: Selección de Instrumentos de Investigación

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1. Identificación y Descripción de las Unidades de Investigación

La realización de esta investigación tuvo como objetivo diagnosticar el nivel de comunicación existente entre estudiantes con su entorno, el cual se ha convertido en un problema que ha influido al consumo de estupefacientes en la institución como lo es el Colegio 9 de Octubre de la ciudad de Machala. Para esto, se procedió a investigar a la masa educativa siendo necesario la aplicación del método de muestreo.

- **Encuestas:** Padres de Familia, Estudiantes del Octavo, Noveno y Décimo, Personal Docentes
- **Entrevistas Internas y Externas:** Autoridad del Plantel, Personal del DCE (Psicólogos), Director del CONSEP (externo), Directores de Medio de Comunicación (Externo)

El estudio se hizo en el periodo del año 2014-2015, de esta manera facilita la realización de un trabajo directo con los sujetos.

3.3.2. Estimación del Tamaño y Distribución de la Muestra.

3.3.2.1. Marco Muestral

Está basada en:

- Autoridades: Internas y externas	4
- Personal del DCE (Psicólogos)	5
- Directores de Radios	5
- Docentes	56
- Padres de Familia	1.878
- Estudiantes	1.878

3.3.2.2. Formula.

Dado que el número de docentes, Padres de Familia y Estudiantes del colegio es demasiado extenso, se ha considerado utilizar el Método Muestral cuya fórmula es:

$$m = \frac{N}{1 + (\% EA)^2 x N}$$

- m: muestra
- N: Población Universo
- 1: valor constante
- EA: Error Admisible (0,07)
- %: Porcentaje (debe reducirse a decimal)
- $(\% EA)^2$: Porcentaje de error Admisible elevado al cuadrado

- **Encuesta a estudiantes del 8vo, 9no y 10mo =1.878 (alumnos)**

$$T_m = \frac{N}{1+(E)^2 \times N} = \frac{1.878}{1+(0,07)^2 \times 1.878} = \frac{1.878}{1+(0,0049) \times 1.878} = \frac{1.878}{10,2022} = 184,07$$

Tm = 184 alumnos

- **Padres de Familia. = 1 representante por alumno**

$$T_m = \frac{N}{1+(E)^2 \times N} = \frac{1878}{1+(0,07)^2 \times 1878} = \frac{1878}{1+(0,0049) \times 1878} = \frac{1878}{10,2022} = 184,07$$

Tm = 184 (representante)

- **Docentes del Octavo, Noveno y Décimo del Ciclo Básico**

$$T_m = \frac{N}{1+(E)^2 \times N} = \frac{56}{1+(0,07)^2 \times 56} = \frac{56}{1+(0,0049) \times 56} = 43,94$$

Tm = 44

- **Entrevista**

Rectora	1
Director del CONCEP	1
Personal del DCE (Psicólogos)	3
Medio de Comunicación	2

3.3.3. Método de Selección de las Unidades Muestrales

El diseño Muestral utilizado en la investigación es la muestra aleatoria simple, donde se divide el tamaño de la muestra en forma proporcional al tamaño de cada extracto, aplicando la formula

- Autoridades: Internas y Externas	2
- Personal del DCE (Psicólogos)	3
- Directores de Radios	2
- Docentes	44
- Padres de Familia	184

- Estudiantes

184

Total del Universo

419

Muestra de los Encuestados			
Personas	Cantidad	Tamaño de la Muestra	%
Padres de Familia	1878	184	44,7
Docentes	56	44	10,7
Estudiantes	1878	184	44,7
TOTAL	3812	412	100 %
Muestra de los Entrevistados			
Personas	Cantidad	Tamaño de la Muestra	%
Rectora	1	1	14,3
Director del CONSEP	1	1	14,3
Personal del DCE (Psicólogos)	3	3	42,9
Medio de Comunicación	2	2	28,6
TOTAL	7	7	100%
Ficha de Observación			
Personas	Cantidad	Tamaño de la Muestra	Porcentaje
Estudiantes	1878	184	79,65
Docentes	56	44	19
Autoridades Internas, externas, psicólogos, medios	7	7	3
TOTAL	1943	231	100%

Fuente: Investigadora

Tabla 7: Método de Selección de las Unidades Muestrales

3.4. CARACTERÍSTICAS DE LA INVESTIGACIÓN

3.4.1 Recorrido del Proceso Metodológico Operacional

Un recorrido que enfatiza el cómo hacer el trabajo de campo específicamente y, en lo general como se llega a la meta que se plantea al inicio como lo es el objetivo general.

Desde el enfoque cualitativo-cuantitativo se identifican procedimientos como: La aplicación del método Hipotético-Deductivo cuya base y punto de partida se concreta en tres fases Observación, Formulación de Hipótesis y Verificación o Contrastación de las hipótesis en torno al problema de investigación.

Apoyados en el marco teórico se operacionalizan las variables de las hipótesis planteadas, en cuyo proceso determinan los indicadores y a la vez se elaboran los instrumentos de Investigación para la recopilación de información.

Como técnicas se aplican encuestas y entrevistas a los estudiantes, docentes, padres de familia autoridades internas-externas y medios de comunicación radial y cuya aplicación del cuestionario se hizo una petición a las autoridades pertinentes explicando el propósito del mismo.

Siguiendo con el recorrido se aplican instrumentos como la investigación histórica para desarrollar el Marco teórico contextual, el uso del diseño investigativo etnográfico cuyo objetivo es recolectar de los sujetos en estudio su experiencia, emociones y situaciones mediante narraciones directas y observaciones.

Recolectada la información se procede al procesamiento de datos basada en la tabulación utilizando tablas, cuadros ilustrativos y representaciones gráficas permitiendo el análisis e interpretaciones de los datos adquiridos.

3.4.2. Enfoque de la Investigación.

Para la realización de la investigación se utilizó el modelo cualitativo y cuantitativo con sub diseños etnográfico y fenomenológico por las siguientes razones.

- Cualitativo, que busca indagar en los fenómenos socioculturales, las dinámicas, comportamientos y el ambiente en que se desenvuelven el nivel de relación en el contexto social.
- Cuantitativa, por que orienta al encuentro con la hipótesis, es decir, permite probar las hipótesis planteadas a través de recolección de información, con base en la medición numérica y análisis estadístico.
- Etnográfica, porque se trata de la investigación a un grupo o etnia una entidad con características propias, reglas y criterios en donde podemos interpretar los datos.
- Fenomenológica, que nos permite entender cuál es el significado que le da el individuo sobre ciertas realidades o como estos entienden su realidad.

3.4.3. Nivel o enlace de la Investigación.

El Método Descriptivo, se lo empleo para comparar y clasificar los elementos, Caracterizar situaciones y fenómenos que surgieron dentro del centro educativo, descripción de datos y características.

Esta investigación se planteó interrogantes con el único propósito de conseguir información sobre el problema de consumo de drogas en los alumnos del tercero de Básico que oscilan entre los 11 a 15 años de edad del colegio 9 de Octubre de la ciudad de Machala. La investigación está sustentada por fuentes impresas de estudios y documentos digitales que será de mucha ayuda mediante el proceso metodológico.

3.4.4. Modalidad de la Investigación.

Las características en esta investigación da lugar a que se use instrumentos estratégicos para la recopilación de datos bibliográficos contrastada con lo empírica, como también el uso de encuesta, entrevista, observación e investigación de campo dando paso a un informe concreto para la propuesta. En conclusión este trabajo estuvo respaldado en una investigación de tipo:

– Inductivo

- La observación de los hechos
- La clasificación y el estudio de estos hechos
- La derivación inductiva que parte de los hechos
- La contrastación.

– Hipotético o Deductivo

- Observación
- Creación de una hipótesis para la explicación
- Deducción de consecuencias o proposiciones más elementales
- Verificación o comprobación de la verdad

La observación directa, entrevista y encuesta son el sustento teórico que ha sido analizado por psicólogos, docentes y profesionales destacados en su área.

- Documental

El trabajo se sustentó en la recopilación de toda información requerida a través de materiales de consulta tales como documentos, revistas, diario, libros, folletos, audios y todo lo que sea necesario para que la investigación tenga fundamentos y credibilidad.

ESQUEMA DEL PROCESO INVESTIGATIVO.					
INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL					
Fuentes Documentales	Bibliográficos	Impreso	Mayores	Referencia	Enciclopedia Diccionarios Guías
				Estudio	Libros texto Tesis
			Menores	Publicaciones periódicas	Revistas Periódicos boletines

Fuente: elaboración propia

Tabla 8: Esquema del Proceso Investigativo.

- Investigación de Campo

- Técnica que se lo realizó directamente en el campo de estudio, utilizando como apoyo:
- Cuestionario (preguntas abiertas y cerradas a los estudiantes, padres de familia y docentes)
- La entrevista (recopilación en audio a: Psicólogos, Autoridades internos y Autoridades externos)
- La encuesta (recopilación de opiniones impresa a los estudiantes, padres de familia y docentes)
- La observación (recopilación del contorno)

3.4.5. Criterios de la Validez y Confiabilidad de la Investigación.

3.4.5.1. Criterios de la Validez

Se comprobó que el cuestionario tiene validez y está relacionada con las variables y para ello se aplicó una prueba piloto. Esta investigación demanda que se haga uso de las técnicas que propone el método científico de tal manera que la, recolección,

procesamiento y presentación de la información se convierta en un ejercicio cuya operatividad es sostenida, factible y sustentable.

Para garantizar que la información con la que se erige y retroalimenta el marco teórico, necesariamente se recurrió a la revisión bibliografía, contenida en libros, revistas y documentos aprobados científicamente que proporcionó la información, además de considerar las fuentes de mayor confiabilidad.

El problema planteado, permitió identificar la relación problema–objetivos–hipótesis. Con la ayuda de las variables derivadas de las respectivas hipótesis, se las ha sustentado, que a su vez, sirvieron para ordenar los cuestionarios que orientaron la recolección de la información de campo.

La información empírica fue obtenida de fuente directa donde se desarrolló la propuesta investigativa en este caso el centenario colegio 9 de Octubre donde los alumnos, los padres de familia y los docentes son las respectivas unidades de investigación.

Una vez cumplido con el proceso de recolección, procesamiento, análisis e interpretación de la información sistematizada en cuadros estadísticas según la necesidad, se procedió a establecer las conclusiones generales que fueron tomadas de las conclusiones parciales de cada ítem. Además se generaron las recomendaciones.

3.4.5.2. Confiabilidad de la Investigación.-

La Confiabilidad se la obtuvo al momento en que se recurrió a más de una fuente, siendo estos las autoridades, los estudiantes y los padres de familia. Además, en este trabajo de investigación se realizó entrevista destinado a relevar opiniones, motivaciones y otros aspectos vinculados con la versión de los propios adolescentes en relación al consumo de drogas.

Este trabajo se llevó a efecto en los patios de la institución (campo) con adolescentes de este plantel. Se aplicó más de una herramienta de investigación (encuestas, entrevistas, guía de observación) lo que produjo resultados seguros, efectivos, contrastados y veraces, en concordancia al tema de indagación. Se realizó varias observaciones, que permitió analizar el grado de veracidad de la fuente o informante.

4. ANÀLISIS E INTERPRETACIÒN DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÒN EMPÌRICA.

4.1. RESULTADOS DE LA ENTREVISTA APLICADA AL:

- Director del CONSEP (Control de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas)
- Rectora del Plantel
- Psicólogos
- Director de Radio

4.1.1. Estrategias comunicacionales para prevención al consumo de drogas

¿Qué estrategia comunicacional utilizan para erradicar el consumo de droga en los estudiantes?

PSICÓLOGOS	Se hace lo que estipula la ley, se informa a las autoridades competentes lo que está aconteciendo en la institución, se aplica un cuestionario de la organización mundial de la salud (OMS) en caso de uso y consumo de sustancias estupefacientes.
CONSEP	Es preferible no usar literatura obsoleta, mapas contextuales, mensajes típicos como “la guerra contra la drogas”, “dile si a la vida y no a la droga”. Son léxicos idóneo que se enfoca en el aspecto preventivo, es preferible hablar con el afectado directamente y hacer un trabajo de integración familiar y de comunidad, los medios de comunicación aportarían para ser portavoces y llegue el mensaje a muchos hogares.

Elaboración: Resultado del instrumento de Investigación

Fuente: Entrevista al director del CONSEP, rectora y psicólogos / 2014

Tabla 9: Estrategias Comunicacional

INTERPRETACIÒN:

Mediante esta entrevista, el psicólogo indicó que la estrategia comunicacional utilizada por el colegio 9 de Octubre para prevenir el consumo de drogas en los estudiantes es mediante el cuestionario de la Organización Mundial de la Salud (OMS). Para el Consep es un trabajo de integración familiar, de una comunidad, aduce que los medios de comunicación sean los portavoces para que llegue el mensaje a muchos hogares.

4.1.2. Producto Comunicacional para concienciar a los estudiantes

¿Considera Usted, que la creación de un programa radial en donde los estudiantes sean los actores principales, sirva para la concienciación al problema del consumo de drogas?

PSICÓLOGOS	Los estudiantes tienen mayor aceptación cuando los mensajes provienen de jóvenes, y un programa radial sería el medio de instrumento más factible que permitirá concienciar y demostrar habilidades en los chicos.
RECTORA	Los jóvenes, están inmerso en las redes sociales que en ocasiones les provocan pérdidas de valores y virtudes, un programa radial que esté relacionado con área social y prevención al consumo de drogas lograría rescatar el autoestima en ellos.
CONSEP	Ante el problema de consumo de drogas en los colegios nos sentimos comprometido directamente con el estudiante y el padre de familia, es importante que los jóvenes tengan su programación radial, y apoyarlos en lo que se requiera.

Elaboración: Resultado del instrumento de Investigación

Fuente: Entrevista al director del CONSEP, rectora y psicólogos / 2014

Tabla 10: Producto Comunicacional para concienciar a los estudiantes

INTERPRETACIÓN:

Según la entrevista realizada al director del Consep, rectora y psicólogos, es beneficioso que los estudiantes tengan un programa radial, ya que serían el instrumento que permitirá concientizar y desarrollar las habilidades, este programa social y de prevención al consumo de drogas lograra rescatar el autoestima en ellos, el aporte de los padres de familia, docentes, autoridades internas y externas es fundamental para que se genere un lazo de comunicación entre ellos.

4.1.3. Prevención de consumo de drogas en estudiantes

¿Se utiliza en el medio lo que estipula la ley de comunicación social en dar espacio a grupos de personas o comunidad en transmisión de programas formativos, informativos?

Radio Fiesta 1060 – AM Machala	La radio se rige a los artículos y reglamentos que disponen la Ley Orgánica de Comunicación, la radio no cobra en estos tipos de programas, cumple con su labor de informar al servicio de la comunidad.
Radio Pública Jubones 91.9 – FM - Pasaje	La radio da lugar a programas de índole social, existe libre expresión e ideología.

Elaboración: Resultado del instrumento de Investigación

Fuente: Entrevista Radio Fiesta, Pública Jubones /2014

Tabla 11: Prevención de consumo de drogas en estudiantes

INTERPRETACIÓN:

Los directores de la radio dicen que son abiertos y democráticos y que cumplen con el reglamentos y disposiciones de la ley de comunicación, además dan espacio par que sectores barriales y populares expresen sus inquietudes. La radio cumple con su labor de informar y dar servicio a la comunidad.

4.1.4. Integración de la comunidad educativa

¿Cuál es la droga de más consumo en los jóvenes, que edades oscilan y que género más recaen?

ENTREVISTA	DROGA	EDAD	SEXO
Psicólogos, Rectora y CONSEP	La marihuana, por ser más económica	Desde los 10 años	No hay diferencia de género

Elaboración: Resultado del instrumento de Investigación

Fuente: Entrevista al director del CONSEP, rectora y psicólogos / 2014

Tabla12: Integración de la comunidad educativa en Problema de consumo de drogas

INTERPRETACIÓN:

Para Psicólogos, Rectora y CONSEP coinciden que no hay edad ni género específico para consumir drogas, y que la marihuana es de más consumo.

4.1.5. Consistencia y periodicidad en Concientizar a los estudiantes

En un caso que se diera el espacio para un programa de prevención al consumo de drogas a los estudiantes, ¿cuál sería el horario que se les diera?

Radio Fiesta 1060 - AM - Machala	Preferible en la mañana estudiantes puedan informar al oyente.
Radio Pública Jubones 91.9 – FM - Pasaje-	si los estudiantes tuvieran un proyecto sería bueno, se lo transmitiría en la mañana con el noticiero,

Elaboración: Resultado del instrumento de Investigación

Fuente: Entrevista Radio Fiesta, Pública Jubones /2014

Tabla 13: Consistencia y periodicidad en Concientizar a los estudiantes

INTERPRETACIÓN

Según la entrevista se manifiesta que es conveniente transmitir el programa en la mañana y que se lo ajustaría a un horario adecuado al tema de preferencia.

4.1.6. Diseño de estrategia comunicacional

¿Existen espacios de prevención de drogas en el medio, y cuál es el efecto del mismo?

Radio Fiesta 1060 AM -- Machala-	El efecto que produce es bueno porque el oyente se siente identificado al tener un espacio en el medio donde se siente el apoyo.
Radio Pública Jubones 91.9 – FM -Pasaje-	En la actualidad no existe mucha demanda de estos tipos de programas; pero poco a poco se llenaran los espacios dentro de la radio y cada uno expondrá su temática

Elaboración: Resultado del instrumento de Investigación

Fuente: Entrevista Radio Fiesta, Pública Jubones /2014

Tabla 14: Diseño de estrategia comunicacional

INTERPRETACIÓN:

El criterio de los representantes de los medios radiales dicen que el efecto que produce un programa radial es bueno porque el oyente se identifica con los mensajes, pero que lamentablemente no existen suficientes programas en los medios de comunicación para exponer temáticas del consumo de drogas

4.1.7. Diseño de estrategia comunicacional

¿Considera Ud. que las Radios Públicas, Privadas o Comunitarias deberían dar un espacio a los estudiantes de los colegios para la realización de un Programa de Prevención para concientizar?

RADIO FIESTA 1060 - AM - Machala	La juventud debe irse formando y sumándose a los proyectos educativos, la radio no solamente entretiene sino también informa, educa y culturiza.
RADIO PÚBLICA JUBONES 91.9 – FM - Pasaje-	La radio siempre tendrá las puertas abiertas para apoyar al estudiante. y puedan realizar programas de prevención y que sea analizado el contenido para que estén acorde a los reglamentos que exige la ley de comunicación,

Elaboración: Resultado del instrumento de Investigación

Fuente: Entrevista Radio Fiesta, Pública Jubones /2014

Tabla 15: Diseño de estrategia comunicacional

INTERPRETACIÓN:

Los entrevistados argumentan que la Radio es para informar, educar y culturizar y que los estudiantes deberían aportar con proyectos educativos que concienticen a los jóvenes.

4.1.8. Vínculo en la Comunidad Educativa

¿Cómo está trabajando el CONSEP para integrar a los estudiantes, docentes, autoridades y padres de familia para concientizar sobre el consumo de drogas?

CONSEP	Se trabaja con todos los colegios, no amerita descuido alguno, se trata de dar seguimiento constante a los jóvenes y padres de familia, los jóvenes se sienten bien, cada colegio es una realidad, existe un interés por trabajar con los jóvenes.
--------	--

Elaboración: Resultado del instrumento de Investigación

Fuente: Entrevista al director del CONSEP, rectora y psicólogos / 2014

Tabla 16: Vinculo en la Comunidad Educativa

INTERPRETACIÓN:

El Director del CONSEP, manifiesta que los factores y causas que motivan al adolescente a sumergirse en el problema de consumo de drogas son los conflictos en el hogar, es la falta de comunicación, afecto y amor por lo que en ocasiones los inducen a relacionarse

con amistades dependientes de estupefaciente, aduce además que el rol de las autoridades, padres de familia y docentes es trabajar en conjunto con el departamento de consejería estudiantil y cuya dirección este a cargo de Psicólogos para aportar con charlas, capacitaciones y transmitir mensajes comunicacional.

4.1.9. Ruptura en la comunicación

¿Cree Usted, que existe ruptura de comunicación entre Padres - hijo, estudiantes - docentes y estudiante - autoridad?

ENTREVISTAS	PADRES-HIJOS	ESTUDIANTES DOCENTES	ESTUDIANTES AUTORIDADES
PSICÓLOGOS	un problema latente en los estudiante .-	Existe una comunicación regular los estudiantes buscan a los docentes para charlar.	No es excelente
RECTORA	Poca asistencia de los padres a la entrega de las cartillas, las excusas y pretexto son muy conocidos, existe un desinterés hacia sus hijos.	Los docentes se sulfuran con facilidad, pero siempre está corrigiendo y apoyando a los estudiantes.	La rectora siempre recalca la familiaridad en los actos cívicos.

Elaboración: Resultado del instrumento de Investigación

Fuente: Entrevista al director del CONSEP, rectora y psicólogos / 2014

Tabla 17: Ruptura en la Comunicación

INTERPRETACION:

Los entrevistados manifiestan que existe una ruptura de comunicación entre padres-hijos, estudiante-docente y manifiesta que existe un desinterés por parte de los padres de familia ante el llamado de las autoridades para cualquier actividad o información de ellos.

4.2. RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS ESTUDIANTES.

4.2.1. La comunicación participativa en la estrategia comunicacional

Herramienta de planificación que guían, planifican, reflexionan y relacionan los espacios y lugares de comunicación

CUADRO N° 1

¿Considera usted que el consumo de drogas es el fracaso de los estudiantes?				
Opción	Hombre (H)	Mujer (M)	H+M	%
SI	84	85	169	91
NO	8	8	16	9
TOTAL	92	93	185	100%

GRÁFICO N° 1



: Resultado del instrumento de Investigación

Fuente: Encuesta a los estudiantes del ciclo básico / 2014

Gráfico 1: estrategia comunicacional

INTERPRETACIÓN:

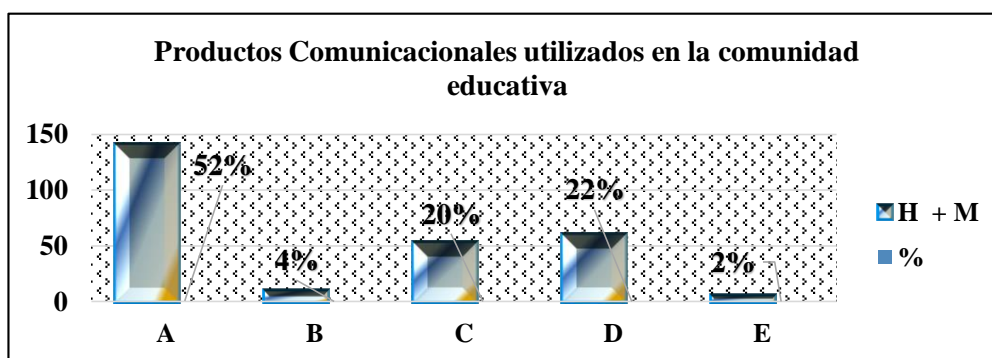
Un 91,4% muestra que los estudiantes que consumen drogas en muchas ocasiones fracasan, mientras un 8,6 % nos dicen que NO pasa nada. Los resultados obtenidos demuestran que los jóvenes están consiente que el estar sumergidos en las drogas les provocan perdida de la conciencia, negligencia en su carrera profesional y destrucción en el entorno familiar.

4.2.2. Productos Comunicacionales utilizados en la comunidad educativa

Son utilizados para hacer más fácil el intercambio de información entre conjunto de personas identificadas,

CUADRO N° 2 ¿Qué Producto Comunicacional utiliza el colegio, para Concientizar a los estudiantes sobre el consumo de drogas?				
Opción	Hombre	Mujer	H+M	%
A.- Trípticos	70	71	141	52
B.- Hojas volantes	3	7	10	4
C.- Talleres	23	30	53	20
D.- Audiovisuales	27	33	60	22
E.- Murales	4	2	6	2
Total	127	143	270	100

GRÁFICO N°2



Elaboración: Resultado del instrumento de Investigación

Fuente: Encuesta a los estudiantes del ciclo básico / 2014

Gráfico 2: Producto Comunicacional

INTERPRETACIÓN:

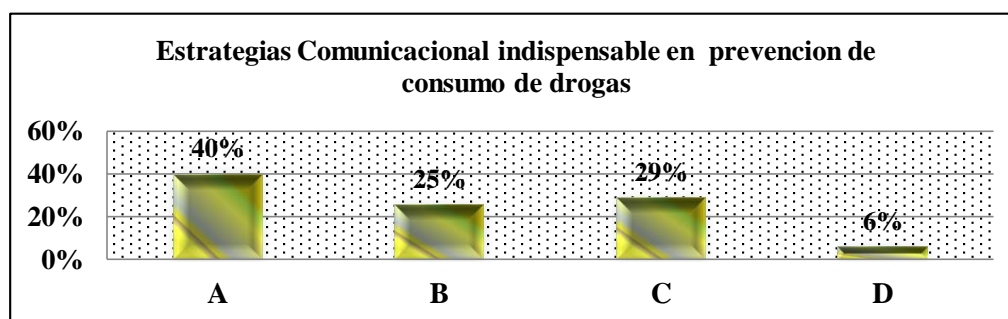
De acuerdo a los resultados de la encuesta el producto comunicacional utilizada en el colegio para concientizar a los estudiantes sobre el consumo de drogas son los trípticos que lo demuestra con un 52%, un 22 % audiovisuales, y un 20 % talleres. En esta pregunta los jóvenes dieron saber que no estaban conformes con el método de hacer prevención en el colegio, ellos prefieren que la institución utilice otro tipo de estrategia ya que existe un vacío con respecto a conocimientos.

4.2.3. Estrategia comunicacional indispensable en Prevención de consumo de drogas

Actividades previas a una situación o acontecimiento no deseado, valorado negativamente, o reducir daños y mejorar la situación en la que se encuentre

CUADRO N° 3				
¿Qué factores influyen en los estudiantes para adquirir drogas?				
Opción	H	M	H+M	%
A.- Falta de comunicación con la familia.	63	59	122	40
B.- Falta de orientación sobre el problema al consumo de drogas.	35	43	78	26
C.- Vínculos de personas dependientes con el estudiante.	40	48	88	29
D.- Espacios de actividades extra clase de entretenimiento sano.	12	6	18	6
TOTAL	150	156	306	100

GRÁFICO N° 3



Elaboración: Resultado del instrumento de Investigación

Fuente: Encuesta a los estudiantes del ciclo básico / 2014

Gráfico 3: Prevención de consumo de drogas

INTERPRETACIÓN:

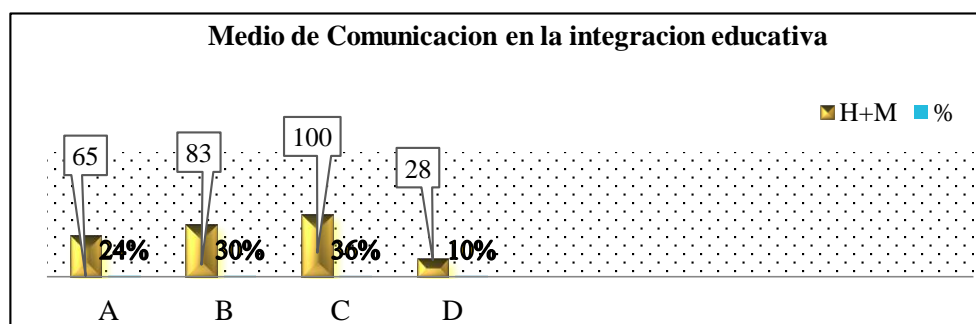
Nos indica que un 40% de los estudiantes son inducidos a consumir drogas por la falta de comunicación con la familia, que un 29% es por el vínculo con personas dependientes de estupefacientes, que un 26% es por falta de orientación sobre el problema del consumo de drogas y un 6% aducen que es por falta de espacios de actividades sanas extra clases. Los factores que influyen a que los estudiantes consuman drogas en el centro educativo es por la deficiente comunicación que existe en el entorno familiar, dado a este problema es urgente crear nuevas estrategias para integrar a la comunidad educativa a combatir el problema de consumo de drogas, ya que las estrategias utilizadas no han demostrado resultados esperados.

4.2.4. Medios de Comunicación para integrar a la comunidad educativa

Son utilizados para hacer más fácil el intercambio de información entre personas, es una estrategia valiosa, que da respuesta a las necesidades educativas.

CUADRO N° 4				
¿Qué Medio de Comunicación considera factible para la prevención al consumo de drogas en el colegio?				
Opción	Hombre (H)	Mujer (M)	H+M	%
A-. Impreso	21	44	65	24
B-. Audiovisual	44	39	83	30
C-. Radial	49	51	100	36
D-. Redes sociales	17	11	28	10
TOTAL	199	243	276	100%

GRÁFICO N° 4



Elaboración: Resultado del instrumento de Investigación

Fuente: Encuesta a los estudiantes del ciclo básico / 2014

Gráfico 4: Medios de Comunicación

INTERPRETACIÓN:

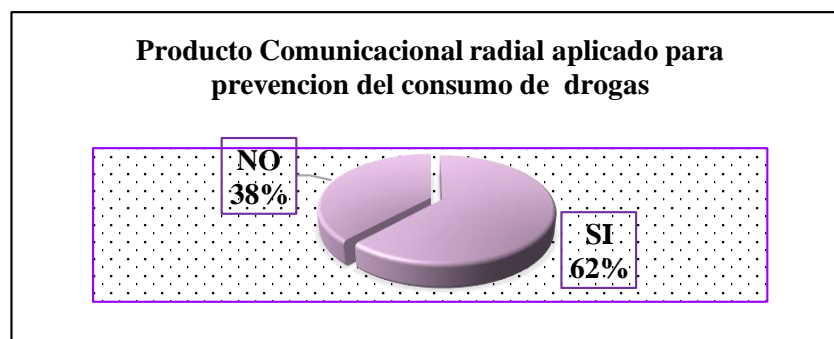
Los datos en la gráfica demuestran que un 36 % de los estudiantes se inclinan por la radio, más un 30% por la comunicación Audiovisual, y un 24 % a la comunicación impresa. Está claro que la encuesta realizada a los estudiantes demuestran la necesidad de utilizar como medio de comunicación a la radio, algunos manifiestan que un programa radial con la participación de los padres de familia, docentes y autoridades del colegio principalmente los estudiantes como protagonista sería factible para el mejoramiento del desempeño y ampliar los conocimientos sobre el problema del consumo de drogas.

4.2.5. Producto Comunicacional Radial aplicada en el colegio para prevención al consumo de drogas.

Herramienta comunicacional que juega un rol fundamental en la persona a que tome conciencia de un asunto determinado, logra que el mensaje llegue al público objetivo

CUADRO N° 5				
¿Cree necesario que el colegio debe aplicar un Producto comunicacional radial?				
Opción	Hombre	Mujer	H + M	%
SI	68	46	114	57
NO	46	24	70	43
TOTAL	114	70	184	100

GRÁFICO N° 5



Elaboración: Resultado del instrumento de Investigación

Fuente: Encuesta a los estudiantes del ciclo básico / 2014

Gráfico 5: Producto Comunicacional radial

INTERPRETACIÓN:

El 57 % de los estudiantes dicen que SI se debe aplicar un producto comunicacional radial para la prevención del consumo de drogas en el colegio, y un 38% dicen que no es necesario. Los estudiantes dicen que las estrategias que utiliza el establecimiento escolar como las visitas a las aulas, las charlas, consejos, y casa abierta, seminario, trípticos no han tenido aceptación y no ha llenado las expectativas en los estudiantes por lo tanto un programa radial vincularía a la comunidad educativa.

4.2.6. Consistencia y Periodicidad de un micro programa radial como prevención de consumo de drogas en el colegio.

Estable y duradero para no desaparece fácilmente, cuida el más mínimo detalle para transmitir, busca los mecanismos para fomentar continuamente y acercar más el producto comunicacional

CUADRO N° 6 ¿Cuál sería el horario factible para transmitir un micro programa radial?				
Opción	Hombre	Mujer	H+M	%
Mañana: 6:00, 7:00, 8:00, 9:00, 10:00, 11:00	51	33	84	46
Tarde: 12:00 13:00, 14:00, 15:00, 16:00, 18:00,	29	36	65	35
Noche: 19:00, 20:00, 21:00	15	20	35	19
TOTAL	95	89	184	100

GRÁFICO N° 6



Elaboración: Resultado del instrumento de Investigación

Fuente: Encuesta a los estudiantes del ciclo básico / 2014

Gráfico 6: Consistencia y periodicidad en prevención de consumo de drogas

INTERPRETACIÓN:

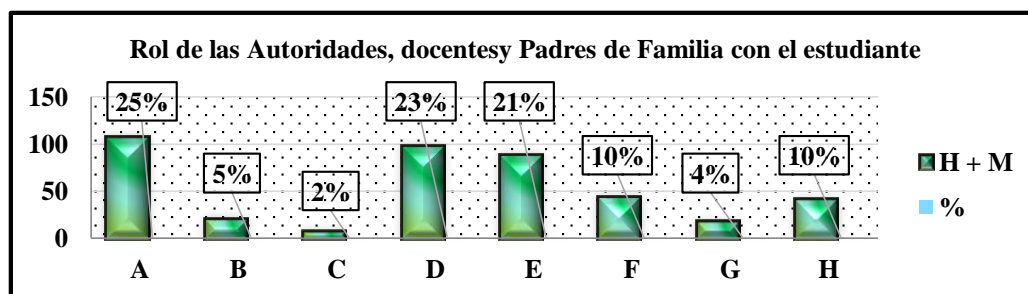
El Gráfico muestra que un 46% de los estudiantes prefieren que el micro programa se lo transmita en la mañana específicamente en el noticiero ya que los padres de familia escuchan las noticias por lo tanto los jóvenes también y un 35 % lo prefiere en la tarde. El Microprograma radial permitirá difundir mensajes, que servirá de reflexión sobre el peligro del consumo de drogas, además argumentan que entre jóvenes se entienden mejor y que el aporte de los vivenciales sería de gran ayuda.

4.2.7. Rol de las Autoridades, Docente y Padres de familia con el estudiante.

Asumir responsabilidades en esta problemática para resguardar la integridad de los actores principales, educar, guiar, orientar, modelar y apoyar. Fomentar con el ejemplo, respeto, estilos de vida saludables.

CUADRO N° 7 ¿Cuál de las siguientes frases usted las vincula con las Autoridades, Docentes y Padres de Familia?				
OPCION	H	M	H + M	%
A- Respeto: Estoy orgulloso de ti.	51	56	107	25,18
B - Tolerancia: Lo hiciste mal como siempre	13	8	21	4,94
C - Discriminación: Eres lo peor que me paso	2	6	8	1,88
D - Motivación: Sabes que te quiero mucho.	45	53	98	23,06
E - Confianza: Felicitaciones, por lo que hiciste	35	53	88	20,70
F - Responsabilidad: Las próximas notas serán excelentes	23	21	44	10,35
G - Desvalorización: No sirves para nada.	11	7	18	4,23
H - Fraternidad: Necesito ayuda	26	15	41	9,65
TOTAL	206	219	425	100

GRÁFICO N° 7



Elaboración: Resultado del instrumento de Investigación

Fuente: Encuesta a los estudiantes del ciclo básico / 2014

Gráfico 7: Rol de las Autoridades, Docente y Padres de familia

INTERPRETACIÓN:

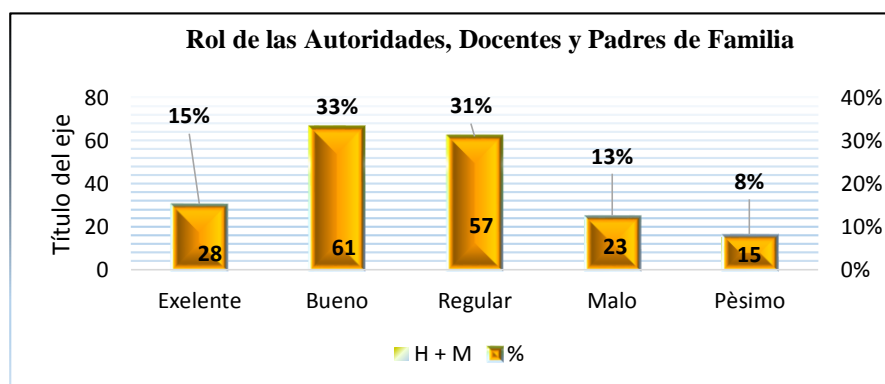
Mediante esta encuesta se pudo demostrar que los estudiantes tienen una buena relación con autoridades, docentes y padres de familia así lo indica el porcentaje como resultado de la encuesta a los estudiantes, que un 25 % manifiestan que hay respeto acompañado de la frase “Estoy orgulloso de ti”, así mismo hay una motivación con un porcentaje del 23% y el cual está acompañado con la frase “Sabes que te quiero mucho”, esto demuestra que la mayoría de los jóvenes no reciben frases de discriminación de los padres de familia y docentes

4.2.8. Rol de las Autoridades, Docente y Padres de familia con el estudiante.

Las autoridades se ven en la necesidad de asumir responsabilidad e implicarse en la problemáticas de consumo de drogas. El personal docente, educa, guía, orienta, modela y apoya, es el vínculo positivo y los padres de familia es clave fundamental que genera control, establece límites y normas e impulsa la comunicación en el hogar.

CUADRO 8				
¿Cuál es el rol y la relevancia por parte de las autoridades, docentes y padres de familia ante las causas y factores de riesgo del consumo de drogas en los estudiantes?				
OPCION	Hombre	Mujer	H + M	%
Excelente	15	13	28	15,21
Bueno	28	33	61	33,15
Regular	29	28	57	30,98
Malo	18	5	23	12,5
Pésimo	10	5	15	8,15
TOTAL	100	84	184	99,98

GRÁFICO 8



Elaboración: Resultado del instrumento de Investigación

Fuente: Encuesta a los estudiantes del ciclo básico / 2014

Gráfico 8: Rol de las Autoridades, Docente y Padres de familia

INTERPRETACIÓN:

Según los resultados de la encuesta a los estudiantes ante el rol y relevancia de las autoridades, docentes y padres de familia sobre las causas y factores de riesgo del consumo de drogas arrojan un 33% que es bueno, y con poco diferencia se da el 31% como regular.

Los factores y causas que motivan al adolescente a sumergirse en el problema de consumo es la falta de comunicación, afecto, amor, conflictos en el hogar y el vivir en hogares

monoparentales los inducen a relacionarse con amistades dependientes de estupefaciente, el rol de las autoridades y docentes es poca la atención es regular debido a que no les dan la atención que requiere el adolescente, la labor de los padres de familia y docentes es trabajar en conjunto con el departamento de consejería estudiantil y Psicólogos para dar charlas, capacitaciones, transmitir mensajes comunicacional y que lo hagan en las tres secciones matutino, vespertino y nocturno.

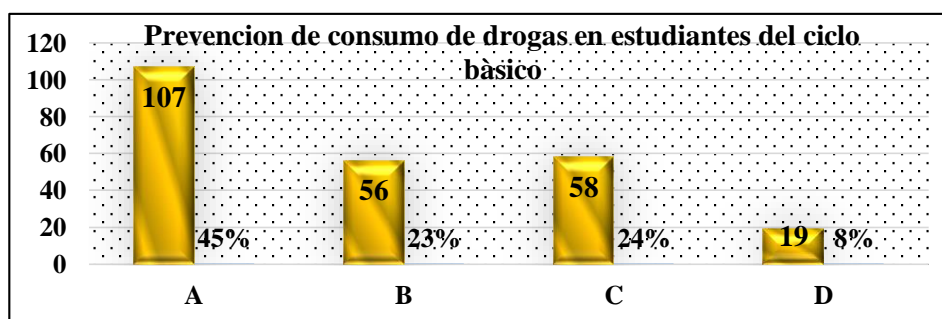
4.3. ENCUESTA APLICADA A LOS PADRES DE FAMILIA Y DOCENTES

4.3.1. Prevención consumo de drogas en estudiantes del ciclo básico

Actividades previas a una situación o acontecimiento no deseado, valorado negativamente, o reducir daños y mejorar la situación en la que se encuentre

CUADRO N° 1				
¿Qué factores considera influyentes, para que los jóvenes tiendan a consumir drogas?				
Opción	Padre de Familia (A)	(B) Docente	A+B	%
A.-Falta de comunicación con la Familia	86	21	107	44,6
B.-Falta de orientación, sobre las consecuencias al consumo de drogas	41	15	56	23,3
C.-Vínculos de personas dependientes con el estudiante	45	13	58	24,1
D.-Escasos espacios de actividad extra clases de entretenimiento sano	12	7	19	7,9
TOTAL	184	56	240	100

GRÁFICO N° 1



Elaboración: Resultado del instrumento de Investigación

Fuente: Encuesta a Padres de Familia y Docentes /2014

Gráfico 1: Prevención de consumo de drogas

INTERPRETACIÓN:

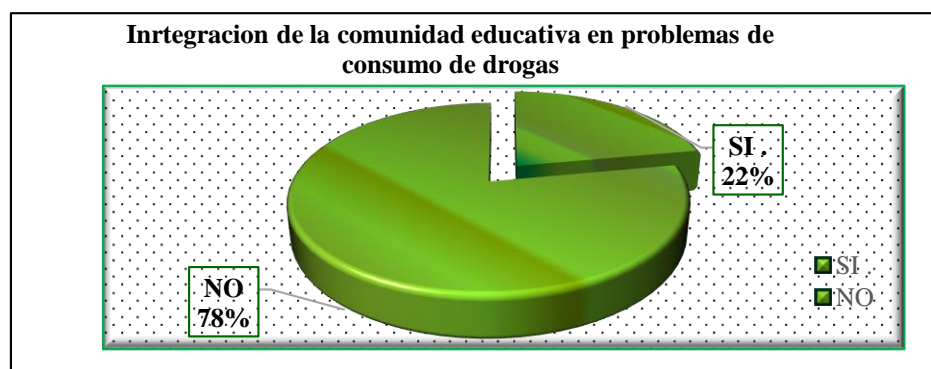
Los factores que motivan a estudiantes consumir drogas según el cuadro, demuestran que el 45 % carecen de comunicación con la familia, un 24 % son más propensos a vincularse con personas dependientes, que 23% no tiene una orientación clara con referente al consumo de drogas, y un 8 % argumentan que son pocos los espacios de actividad extra clases que se les brinda al estudiante. La Prevención de consumo de drogas en los estudiantes ha creado un desinterés por la falta de comunicación con los padres de familia, lo cual ha generado a que los jóvenes depositen todas sus inquietudes a sus amigos que están prestos a influenciar en ellos.

4.3.2. Integración de la comunidad educativa en Problema de consumo de drogas.

Es una estrategia de vinculación educativa valiosa, que une esfuerzos y voluntad ante las necesidades requeridas en el centro educativo

CUADRO N° 2				
¿Conoce Usted a estudiantes que estén involucrado en problemas de droga?				
OPCION	(A) PADRE DE FAMILIA	DOCENTE (B)	A+B	%
SI	35	18	53	22%
NO	149	38	187	78%
TOTAL	184	56	240	100%

GRÁFICO N° 2



Elaboración: Resultado del instrumento de Investigación

Fuente: Encuesta a Padres de Familia y Docentes /2014

Gráfico 2: Integración de la comunidad educativa

INTERPRETACIÓN:

El cuadro de la encuesta realizada a los padres de familia y docentes referentes a la existencia de estudiantes que estén involucradas en consumo de drogas dio como resultado un 78% en desconocer a jóvenes consumidores y tan solo un 22 % de estudiantes de estudiantes que SI consumen.

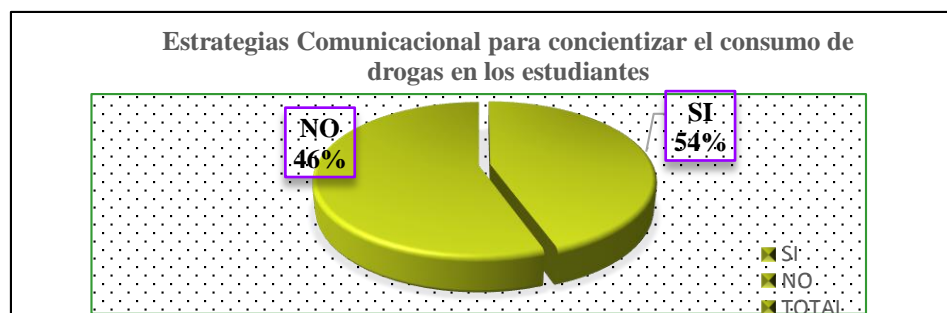
Sin embargo los Docentes y Padres de Familia argumentan en los detalles, que hay un interés por parte de ellos hacia los jóvenes con respecto a este problema, que existen jóvenes consumidores desde los 12 años en adelante, que no hay diferencia de género y que la marihuana es la más opcional por ser económica.

4.3.3. Estrategias Comunicacionales para concienciar el consumo de drogas

Herramienta de planificación que guían, planifican, reflexionan y relacionan los espacios y lugares de comunicación

CUADRO N° 3				
¿Conoce de algún programa o recurso que aplique la institución para concienciar a los estudiantes en el consumo de drogas?				
Opción	(A)Padres de familia	(B)Docentes	A+B	%
SI	82	47	129	54
NO	102	9	111	46
TOTAL	184	56		100

GRÁFICO N° 3



Elaboración: Resultado del instrumento de Investigación

Fuente: Encuesta a Padres de Familia y Docentes /2014

Gráfico 3: Estrategias Comunicacional

INTERPRETACIÓN:

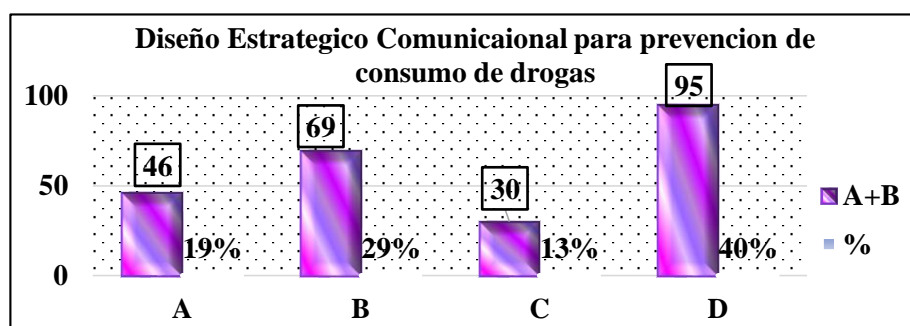
Los docentes y padres de familia mediante la encuesta dan a saber que el 54% SI utilizan programas y recursos de prevención al consumo de drogas, y un 46% lo desconocen, aducen que las estrategias que utiliza el colegio para concientizar a los estudiantes son trabajos en grupos como charlas, casa abierta, repartición de trípticos, mensajes plasmados en las paredes y requisas de mochilas. Dicen que es necesario que se incrementen estrategias donde esté involucrado a los medios de comunicación y que lamentan que los padres de familia no le dan importancia a los asuntos de sus hijos

4.3.4. Diseño de un producto Comunicacional para prevención de consumo de drogas.

Conjunto de herramienta comunicacional que juega un rol fundamental en la persona a que tome conciencia de un asunto determinado, logra que el mensaje llegue al público objetivo

CUADRO N° 4				
¿Cuál de estas alternativas lo considera apropiado para prevención del consumo de drogas en el colegio?:				
Opción	(A) Padre de Familia	Docente (B)	A+B	%
A.- Programas Radial Interactivos	34	12	46	19,1
B.- Boletines informativos	59	10	69	28,8
C.- Revista Informativos	22	8	30	12,5
D.- Micro Programa Radial	69	26	95	39,6
TOTAL	184	56	240	100

GRÁFICO N° 4



Elaboración: Resultado del instrumento de Investigación

Fuente: Encuesta a Padres de Familia y Docentes /2014

Gráfico 4: Diseño de un producto comunicacional

INTERPRETACIÓN:

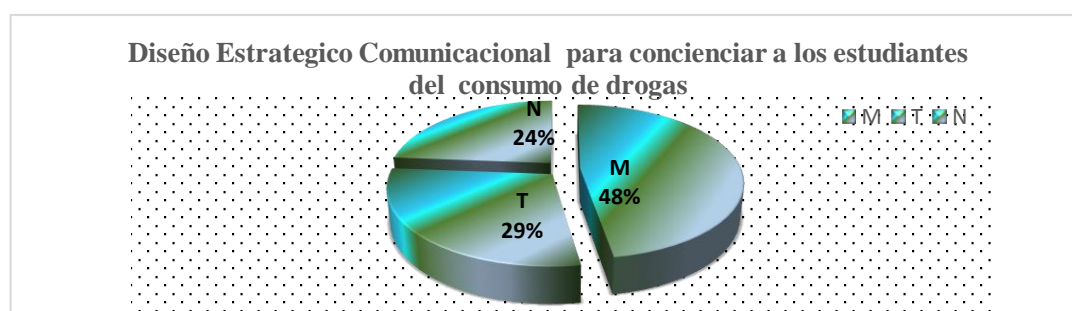
Los encuestados en esta pregunta, consideran con un 40% que es apropiado y urgente un micro programa informativo como prevención, que un 29 % serían los boletines informativos y un 19% considera que un programa interactivo será propicio. En sí, el cruce de las variables dice que un diseño comunicacional como el Micro Programa Radial es urgente en el colegio dada la problemática del consumo de drogas en los estudiantes.

4.3.5. Diseño Estratégico Comunicacional para concientizar a los estudiantes sobre el consumo de drogas

Componente de comunicación eficaz que mejora las posibilidades a que el mensaje llegue al público objetivo y que asimile conciencia.

CUADRO N° 5				
¿Qué horario considera adecuado para transmitir el micro programa radial?				
Opción	(A Padre de Familia)	Docente (B)	A+B	%
Mañana: 6:00, 7:00, 8:00, 9:00, 10:00, 11:00,	81	33	114	47,5
Tarde: 12:00 13:00, 14:00, 15:00, 16:00, 18:00,	49	20	69	28,8
Noche: 19:00, 20:00, 21:00	54	3	57	23,8
TOTAL	184	56	240	100

GRÁFICO N° 5



Elaboración: Resultado del Instrumento de Investigación

Fuente: Encuesta a Padres de Familia y Docentes /2014

Gráfico 5: Diseño Estratégico Comunicacional

INTERPRETACIÓN:

Esta pregunta dirigida a los docentes y padres de familia dio como resultado que el 48 %, prefieren que el programa se transmita en la mañana, el 29% en la tarde y un 24 % lo prefiere en la noche. Los docentes y padres de familia dicen que un micro programa radial sería fundamental para concientizar en los estudiantes el consumo de drogas, elevar el autoestima y unificar a la comunidad estudiantil., con respecto al horario prefieren que sea en la mañana (6:00) y específicamente en la hora del noticiero ya que a esa hora sí podrían escuchar.

4.3.6. Vinculo en la comunidad educativa ante la presencia de consumo de drogas en el colegio.

Unión, relación o atadura de personas para mejoras de convivencia creando la necesidad de en dar respuestas a la realidad latente en la unidad educativa

CUADRO N° 6				
¿Qué acción inmediata realiza Usted, si presencia alguna escena en donde el estudiante este involucrándose con drogas?				
Opción	Padre de Familia (A)	Docente (B)	A+B	%
A.- Comunican a las autoridades internas	145	22	167	69,5
B.- Denuncian a las autoridades externas	14	2	16	6.7
C.- Intervienen en el acto	25	32	57	23,8
TOTAL	184	56	240	100

GRÁFICO N° 6



Elaboración: Resultado del instrumento de Investigación

Fuente: Encuesta a Padres de Familia y Docentes /2014

Gráfico 6: Vinculo en la Comunidad Educativa

INTERPRETACIÓN:

La encuesta en referencia a la reacción que tendrían los padres de familia y los docentes ante la presencia de escenas de consumo de drogas de los estudiantes, un 70% argumentan que comunican a las autoridades internas, un 24 % interviene en el acto, y solo un 6,7 dicen que no denunciarían a las autoridades externas.

La comunidad educativa esta alerta ante la presencia de estudiantes que consumen drogas, algunos padres de familia y docentes prefieren no denunciar a las autoridades por no tener represalia, y los estudiantes necesitan tener un vínculo comunicativo con los padres.

4.3.7. Ruptura en la comunicación

Poco espacio de tiempo de relación intrafamiliar, centro educativo y sociedad. Convirtiéndose en un reto para lograr condiciones que posibilitan a los alumnos

CUADRO N°7								
¿Cree Usted, que existe ruptura de comunicación entre Padres - hijo, estudiantes - docentes y estudiante - autoridad?								
	Padres de Familia			Docentes				
Opción	Padres hijos (A)	Estudiantes docentes (B)	estudiantes autoridades (C)	Padres hijos (A)	Estudiantes docentes (B)	estudiantes autoridades (C)	A+B+C	%
SI	48	32	22	17	9	7	135	59,21
NO	22	25	35	5	3	3	93	40,79
TOTAL	70	57	57	22	12	10	228	100

GRÁFICO N° 7



Elaboración: Resultado del instrumento de Investigación

Fuente: Entrevista al director del CONSEP, rectora y psicólogos / 2014

Tabla 7: Ruptura en la Comunicación

INTERPRETACION:

Los datos en esta pregunta muestran que existe una ruptura de comunicación entre padres-hijos, estudiante-docente y estudiantes-autoridades cuyo porcentaje del SI es 59% y un 41 % al NO, además dan a conocer de un desinterés por parte de los padres de familia ante el llamado de las autoridades para cualquier actividad o información de ellos.

4.4. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Hipótesis General.

Las estrategias comunicacionales utilizadas demuestran poca contribución en la prevención de consumo drogas del ciclo básico del colegio 9 de octubre de la ciudad de Machala.

Comprobación:

Que las estrategias comunicacionales utilizadas no han logrado su objetivo debido a los métodos comunicacionales, por tal razón se detecta una escasa comunicación y vacíos en conocimiento del tema drogas dentro del centro educativo.

Hipótesis 1:

Las estrategias comunicacionales aplicadas para la prevención del consumo de drogas, no han logrado generar interés alguno en los estudiantes del ciclo básico en el colegio 9 de Octubre

Comprobación: Mediante la encuesta realizada a los estudiantes demuestran mayoritariamente que las estrategias utilizadas no han dado resultado positivo, siendo estas los trípticos con un 52%, un 22 % audiovisuales (videos, diapositivas, proyecciones) y un 20 % en talleres, casa abiertas, charlas en los cursos por parte de los trabajadores sociales, por lo tanto no ha sido suficiente para contribuir en la prevención del consumo de drogas.

Hipótesis 2.

Los productos comunicacionales usados, no han generado expectativa alguna para lograr integrar a los estudiantes en problemas de consumo de drogas por falta de consistencia y periodicidad en la comunidad educativa.

Comprobación: Los estudiantes manifiestan que los productos comunicacionales utilizados en el colegio para la prevención de consumo de drogas es mediante una comunicación impresa (trípticos, hojas volantes) y audiovisual (talleres, videos, diapositivas, retroproyector) las mismas que no han generado expectativas en los jóvenes estudiantes por falta de consistencia y de periodicidad.

Hipótesis 3

El diseño de un producto comunicacional radial permitirá crear un vínculo entre la comunidad educativa y el medio de comunicación para integrar y concientizar a los estudiantes del colegio 9 de Octubre.

Comprobación:

Está claro que la encuesta realizada a los estudiantes demuestran que se debería utilizar la radio como el más factible de los medios de comunicación, además dan a saber que ellos quieren ser los protagonistas de un micro programa radial el cual les permitirá transmitir el mensaje sobre lo desfavorable que es el consumo de drogas y de esa manera lograr que tomen conciencia los jóvenes. Los estudiantes aducen que el diseño comunicacional que utiliza la institución no ha logrado tener un nivel de conocimiento sobre el consumo de drogas y unificar a la familia octubrina.

La participación de los vivenciales sería fundamental en el programa, su argumento es que ellos más que nadie saben cuál es su historia dentro de las drogas, un informe completo sobre el tema los ayudaría, además argumentan que sí, la radio les dieran un espacio les sería de mucha ayuda para los estudiantes.

Hipótesis 4

El rol de las autoridades, docentes y padres de familia no ha logrado influir frente al consumo de drogas por lo que genera ruptura de la comunicación en los estudiantes del ciclo Básico del colegio 9 de Octubre de la ciudad de Machala.

Comprobación:

Mediante la entrevista a los docentes, autoridades, psicólogos y padres de familia se comprobó que rol que desempeñan ellos, es inconsistente debido a una ruptura en la comunicación, el desinterés de los padres de familia ante los problemas de sus hijos demuestran falta de afecto, amor y comprensión, factores y causas que motivan al adolescente a relacionarse con amistades dependientes de estupefacientes provocando en ocasiones a sumergirse en el problema de consumo de drogas, a esto le acompaña los conflictos en el hogar

4.5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.5.1. Conclusiones

Una vez comprobadas las hipótesis se llega a las siguientes conclusiones. Para lograr el objetivo se realizó una investigación acerca de la contribución de las estrategias comunicacionales implementadas en el colegio para Prevención de Consumo de Drogas a los estudiantes, logrando detectar resultados concretos proporcionado mediante un estudio cualitativo y cuantitativo como las encuestas personalizadas, entrevistas profunda con personajes directos de la institución y observaciones, ante esta realidad se plantean las siguientes conclusiones.

- **Primer Objetivo de Investigación:** Este primer objetivo permitió conocer el tipo de estrategias comunicacionales que utiliza la institución, siendo estas las audiovisuales e impresas las mismas que no han logrado contribuir en la prevención del consumo de drogas y más bien han dado lugar a un vacío de conocimientos y concienciación en los estudiantes.

- **Segundo Objetivo de Investigación:** Mediante las entrevista, encuestas y observaciones realizadas en el centro educativo 9 de Octubre se verifico que el producto

comunicacional que se difunde son los trípticos con un 52%, los audiovisuales con un 22 % (videos, diapositivas, proyecciones) y un 20 % los talleres, casa abiertas y charlas en los cursos dirigidos por trabajadores sociales, por lo tanto no ha sido suficiente para contribuir en la prevención del consumo de drogas. e integrar a la comunidad educativa

- **Tercero Objetivo de Investigación:** Los datos en la gráfica cinco de la encuesta a los estudiantes demuestran con un 57% que SI es factible aplicar un producto comunicacional radial, que es necesario la participación vivencial ya que sería punto clave para lograr integrar a la comunidad estudiantil mediante charlas además que sería factible para dar cambios de actitudes o hacer conciencia del consumo de drogas.

El criterio de los docentes y padres de familia del gráfico cuatro nos dice que un 40% prefieren un micro programa informativo, los docentes argumenta que este programa logrará elevar el autoestima y a la vez servirá para unificar a la comunidad estudiantil y en el gráfico cinco nos dice que un 48 %, prefieren que se transmita en la mañana.

- **Cuarto Objetivo de Investigación:** Se concluye que el rol de las autoridades, padres de familia y docentes es insuficiente para la formación del estudiante, la falta de afecto, amor, conflictos en el hogar los inducen a relacionarse con amistades dependientes de estupefacientes.

Es fundamental que los sujetos en mención trabajen en el área de la comunicación ya que no es muy buena la relación entre padres-hijos, estudiante-docente y estudiante-autoridad es notorio, quizás sea el motivo a que los jóvenes no perciban lo peligroso y las consecuencias que traen estos vicios pues esa ruptura ha ocasionado un aislamiento que no permite fomentar lazos que contribuyan a mejorar el desarrollo integral del estudiante, además hemos podido concluir que existe un desinterés del padre de familia ante cualquier llamado de las autoridades del plantel.

4.5.2. Recomendaciones

EL resultado de este trabajo Investigativo constituye una vía de acceso hacia la prevención del consumo de drogas, aplicando desde los estudiantes e implicación a padres de familia, docentes y autoridades Internas y externas. De acuerdo a los resultados

obtenidos en el transcurso de la investigación, se establece las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda utilizar el producto comunicacional micro programa de prevención en la radio y que los estudiantes sean los protagonistas principales para informar, sensibilizar y concientizar, sobre los riesgos del consumo de drogas en los colegios.
- Asegurarse que en el micro programa de Prevención se implemente un sistema de seguimiento y a la vez se les realice evaluaciones del material expuesto, además recomienda que es necesario implementar los micro programas en el horario de la mañana dentro de los programas informativos por lo menos tres veces en la semana para lograr el impacto deseado.
- Es recomendable que se refuerce este programa de Prevención con la participación directa de Padres de Familia, Docentes, Psicólogos, autoridades del plantel, dueños del medio radial, el CONSEP y un mediador de la comunicación ya que son guías de valores y ejemplo en la formación de los Jóvenes, como también consolidar una comunicación entre los sujetos para de esta manera lograr rescatar valores que los jóvenes han perdido y que debido al consumo de drogas necesitan urgente atención por parte de sus padres ,maestros y la sociedad en general que deben ser más conscientes de la problemática.

5. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN

5.1. TÍTULO

“MICROPROGRAMA RADIAL PARA CONCIENCIAR A LOS ESTUDIANTES SOBRE EL CONSUMO DE DROGAS EN EL COLEGIO 9 DE OCTUBRE”

5.2. ANTECEDENTES

En la actualidad la información que recibimos a través de los medios de comunicación, buscan generar participación ciudadana para tomar decisiones en temas de interés general, siendo el consumo de drogas una de las preocupaciones de todos, se encuentra la radio como el marco apropiado para desarrollar comunicación formativa y preventiva sobre este tema como parte del compromiso social, responsabilidad de los medios que buscan construir una verdadera Democracia Participativa y para que fortalezca una cultura de paz y buen vivir.

La problemática que se origina en el colegio 9 de Octubre presenta una situación compleja referente al consumo de drogas, es público y notorio la participación de estudiantes en el consumo y micro-tráfico dentro del plantel educativo ya los medios de comunicación dan cuenta de ello.

Los productos comunicacionales utilizados no han logrado captar la atención de los estudiantes en la dimensión necesaria para poder difundir la peligrosidad del flagelo de las drogas.

Es importante destacar que hasta la actualidad son pocos los espacios radiales especialmente utilizados para este tipo de programas, que involucre directamente a la comunidad educativa y que promueva la convivencia pacífica, fomente valores y utilice todo su potencial para conseguir objetivos que permitan mantener a los jóvenes, a la familia y a la sociedad bien informados de los daños que ocasiona el consumo de drogas.

5.3. UBICACIÓN Y BENEFICIARIOS

El colegio 9 de Octubre actualmente está ubicado en la ciudad de Machala Avda. Palmeras entre Avda.25 de Junio y Bolívar.

El programa de Concienciación al Consumo de Drogas está dirigido a los estudiantes, por lo que la realización correcta del Microprograma radial, se lograra tener más jóvenes dedicados a pasar el mensaje a quien lo necesite. Además la vinculación de los Padres de Familia, docentes y autoridades internas y externas a este programa fortalecerá la comunicación.

5.4. JUSTIFICACIÓN.

Los medios y específicamente la radio es un elemento fundamental para que dentro de su Programación incluya un microprograma que genere información sobre el tema de las drogas, es la herramienta más adecuada para cumplir con el rol que exige la comunidad para continuar en la lucha desigual entre la sociedad y las drogas.

Los indicadores obtenidos a partir del estudio realizado en base a las encuestas, entrevistas y observaciones dan cuenta de una falta de comunicación, poco conocimiento sobre el tema de drogadicción, y falta total de difusión en mensajes auditivos, esto fortalece la necesidad de contar con un microprograma radial orientado a concientizar sobre las consecuencias del consumo de drogas, y que lo dirija específicamente los estudiantes de dicho plantel.

El interés que demuestran los jóvenes, se refleja en el entusiasmo por obtener incluso su propia herramienta para enfrentar estas necesidades, contar con un Microprograma interactivo en radio y que los jóvenes se sientan compenetrados entre ellos, ya que así lo argumentan en las encuestas realizadas.

Para una mejor producción de contenidos relativos al tema de drogadicción, se debe contar con un asesor comunicacional con conocimiento del tema quien dará su punto de vista y así estar a la par con lo que estipula la Ley Orgánica de Comunicación en la Sección I, Medios de Comunicación Públicos del Art. 80 numeral 9, lo cual ofrece contenidos del buen vivir, ccomo también del título II principios y derechos, Art. 13 y 15

Según la Observación obtenida mediante la investigación de la propuesta, da cuenta de una necesidad de la realización de un Microprograma Radial de Concienciación sobre las Consecuencias del Consumo de Drogas, es necesario para concientizar y socializar la problemática que existe en los jóvenes contar con la inclusión de los padres de familia.

La implementación de la comunicación radial, el dar mensajes y el interactuar con el público (Jóvenes), tener como panelistas a personajes vivenciales, el contar con invitados y realizar una plataforma de cruces de ideas y opiniones, permitirán entregar información valiosa respecto al consumo de drogas a los padres y jóvenes, y el aporte constante de los Psicólogos de esta institución que junto con los componentes preventivos y la evaluación realizada a los estudiantes, serán los encargados de certificar la eficacia de nuestra propuesta.

La Comunicación Social hoy en día ha ganado terreno en muchas áreas, porque forma parte del desarrollo de los países, sectores sociales, instituciones y organizaciones empresariales.

Ante lo expuesto en la investigación se denota que es altamente y justificable proceder a aplicar el siguiente Microprograma Radial que tendrá como objetivo hacer conciencia sobre las consecuencias del Consumo de Drogas en el Ciclo Básico del Colegio 9 de Octubre en la ciudad de Machala.

Por lo cual en esta propuesta se utilizará la estrategia de comunicación auditiva en un Programa Radial con la participación activa y el involucramiento directo de los jóvenes, padres de familia, docentes, autoridades internas-externas sobre la problemática.

5.5. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

5.5.1. Objetivo General

Implementar un Microprograma Radial de concienciación a los estudiantes sobre el consumo de drogas en el colegio 9 de Octubre, cuyo fin es lograra obtener una comunicación sólida, permanente, inclusiva y formativa

5.5.2. Objetivos Específicos

- Diseñar la estructuración del Microprograma Radial bajo la supervisión de un comunicador social.
- Promover las relaciones humanas y comunicacionales adhiriendo a este Microprograma Radial a los estudiantes, Padres de familia, psicólogos, vivenciales y autoridades competentes
- Ampliar conocimiento de la problemática de consumo de drogas mediante una investigación veraz, confiable y certera, además de interactuar con el público directo (jóvenes).
- Diseñar agenda de trabajo para una mejor organización laboral

5.6 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

5.6.1. Técnicas Radiofónicas

- Formatos Radiofónico

Proyectar un Microprograma de Radial se puede partir de los contenidos concretos que nos proponemos comunicar y de temática definida que deseamos abordar.

La estructura previamente determinada, de un formato educativo de variadas posibilidades y que se adecua bien a un mensaje de una temática general., se necesita previamente determinar las características formales del programa, conocer y dominar los distintos géneros o formatos radiofónicos y básicos.

Los programas en la radio si es eficaz ya que la herramienta esencial es la palabra, por lo tanto nos permite informar, transmitir conocimientos y promover inquietudes. Así mismo

es posible que a través de la radio se puede llevar a: una reflexión sobre valores y actitudes, a estimular el raciocinio y favorecer la formación de una conciencia crítica. (Kaplun, 1978)

Evidentemente para una finalidad educativa es importante porque nos permiten expresar ideas, transmitir mensajes con la música el cual desempeña un papel fundamental. Los programas hablados en forma de dialogo implica la intervención de dos o más voces.

En este tipo se incluye el formato tal como la entrevista, el dialogo didáctico, el radio periódico, el reportaje, que ofrecen más atractivos e interés por la variedad de voces y más posibilidades educativas por el intercambio de opiniones y posiciones con el plus de que serán los propios protagonistas del microprograma. (Kaplun, 1978)

– **Modelo de Formato**

- **Charla:** se considera no excederse en el tiempo (máximo 5 minutos).
- Charla expositiva: explica algo, divulga conocimientos, da consejos, etc.
- Charla creativa: es netamente vivencial.
- Charla testimonial: comunica su propia experiencia.
- **Comentario:** análisis, opiniones, información, orientación, interpretación todo dentro del contexto.
- Dialogo: sin excesivo, despliegue técnico que sea interesante, dinámico y pedagógico.

5.6.2. Producto Comunicacional Radial

En sí, la radio es un medio auditivo, gratuito, privado, rápido y ágil, La decisión de engendrar un Microprograma mediante formatos de mensajes, entrevistas y reportajes vivenciales, nace a partir de la falta de antecedentes concisos en el área estudiantil, con un enfoque social-comunicativo.

Para Mónica Gonzales (2004), se es preciso establecer manual de contenidos adecuados para captar la atención e interés del público al que se va a dirigir, la contextualización y el enfoque del programa dan términos generales de una comunicación alternativa para transmitir el mensaje del objeto al sujeto, de esta manera se logra la asimilación que

propicie la participación protagónica de los oyentes internos (estudiantes) o externos (público). (González, 2004)

5.6.3. Proceso del Producto Radial.

– Lenguaje Radiofónico

- Diseño: estructuración del programa de manera organizada y controladas en las actividades.
- Libreto: guion con indicaciones y contenido técnico, organizado en información para salir al aire.
- Programa piloto: una prueba del programa que permitirá evaluar y aprobar para la inclusión en la programación de la emisora.

Elaborado y aprobado el guion se hace la selección de voces, música, efectos de sonidos, grabaciones de avances de expectativa y demás requerimientos que son parte del programa.

Es responsabilidad del grupo del programa graba los programas para tener el registro de lo expuesto en el espacio, un requerimiento estipulado en la ley orgánica de comunicación.

Para la transmisión de este producto están a la disposición radios que formaron parte de la encuesta, y cuyo objetivo es apoyar y dar el espacio que sea necesario para la ejecución del producto de investigación, el presente trabajo servirá de ejemplo para incentivar y concientizar en los estudiantes las consecuencias que trae el consumo de drogas.

(Kaplun, 1978)

5.6.4. Proyectar un Programa en radio

– La estructura Programática

Según González, 2004, Un programa radial, es saber ¿Por dónde comenzar? Saber que la estructura es la idea del programa, carácter de la serie, temática, contenido, título, género o formato, características distintivas. Ya creado estos aspectos se fija: la duración horario de transmisión, periodicidad o frecuencia y consistencia

Todo manual de comunicación dice, que un mensaje debe tener como básico ciertas preguntas: quién dice, qué vamos a decir, a quién, dónde, cómo y cuándo. Lo diremos, para qué y por qué lo haremos.

Definir el contenido del programa, el público al que se le destinará, la emisora por el que será irradiado, el formato y el horario son bases fundamentales del programa.

- **Característica de la audiencia.**- Es importante saber a qué sector de público se dirigirá el programa, atender las necesidades del colegio, difundir un contexto que concientice a los estudiantes y padres de familias, con la supervisión de las autoridades del plantel, ellos será los que determinen el contenido del programa.
- **Estructura formal:** Tiene como objetivos principal saber para qué hacemos el programa, el contenido, de qué nos proponemos hablar y destinatario, a quién queremos dirigirnos. (Kaplùn, 1978)
- **Consistencia del proyecto:** El guion–piloto sirve de muestra o modelo para plasmar las características formales del programa, es importante planificar todas las emisiones de la serie del libreto para asegurar la consistencia y la viabilidad del proyecto.
- **Duración, Horario, frecuencia**
- **La duración del programa.**- un programa debe tener como mínimo treinta emisiones, es decir no menos de seis meses de permanencia, los programas son como las semillas necesita un tiempo para germinar y dar frutos
- **Duración de cada emisión:** un programa está dada por su contenido y la buena calidad de su producción, el programa tiene que tener relación directa, calidad e interés.
- **Elección del horario.**- según la investigación realizada el horario en que los interesados quieren escuchar es en la mañana específicamente en el horario del noticiero.
- **La emisora.**- la investigación dice que se lo ajustara tomando en cuenta la magnitud del programa.
- **Frecuencia.**- El programa se lo puede realizar dos veces por semana. (Kaplùn, 1978)

5.7. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA PROPUESTA

Atendiendo el interés que se ha demostrado dentro de este contexto en función de los resultados que se recolecto mediante las observaciones, entrevistas y encuestas del

público interno y externo. Se puede decir que el Microprograma Radial para concienciar a los estudiantes sobre el consumo de drogas en el colegio 9 de octubre, tiene como objetivo lograr una comunicación sólida, permanente y formativa

A partir de esto lo primero que se procederá es a diseñar la estructura del programa bajo la supervisión de las Autoridades, Psicólogos y principalmente de un Comunicador Social.

Seguido a esto se promoverá las relaciones humanas y comunicacionales con la participación de los estudiantes, Padres de Familia, Psicólogos, Vivenciales y Autoridades competentes.

Se realizará una investigación veraz, confiable y certera para ampliar los conocimientos de la problemática de consumo de drogas, además de interactuar con el público directo (estudiantes). En cuanto a la organización laboral se diseñara la agenda de trabajo.

5.8. DESCRIPCIÓN OPERATIVA DE LA PROPUESTA

- Un guion radiofónico bien estructurado, se concreta todas las ideas previas como la investigación que se realiza, el análisis de la audiencia y el formato bien seleccionado.
- La utilización de un lenguaje hablado y no escrito logrará impactar en el oyente.
- La selección de buenas cortinas, efectos y música dará buena imagen al programa.
- La recuperación y clasificación de información determinará que el Microprograma Radial de concienciación al consumo de drogas, permita que llegue a sensibilizar a los jóvenes
- La formación, brindará herramientas técnicas y conceptuales que califiquen los procesos de participación, programación, producción, organización y gestión.
- La divulgación, la promoción del programa a través de los medios de comunicación es esencial.
- La gestión, la sostenibilidad del programa a través de patrocinadores, el apoyo a la institución, la articulación institucional, la infraestructura tecnológica.
- El monitoreo pretende hacer la evolución de sintonías del programa, de tal manera que se lograría hacer reajustes en la programación.

El presente trabajo se cierra con ejecutiva propuesta integrada por los siguientes componentes a saber:

- Los estudiantes son los protagonistas directos para realizar el microprograma radial por lo tanto esta estrategia es instruir, investigar, entrevistar y asesorar con personas conocedoras del tema.
- La combinación del programa sería de motivación, de información, participación, diálogo, creativa, testimonial, comentarios, interactivo y entrevistas, un programa en el que se hará edición de audios con mensajes y canciones referente al tema.
- La estructuración del guion dará claridad y orden a la ejecución del Microprograma Radial que tendrá como objetivo el transmitir el mensaje para logra concienciar a todos los jóvenes.
- La participación de invitados como autoridades, psicólogos, padres de familia, jóvenes vivenciales demostrara la seriedad y responsabilidad del programa.
- La adquisición de información didáctica, entrevista, trabajo en campo, el tener un orden adecuado, la revisión y ultimar detalles antes de realizar el programa será el éxito deseado.
- Es importante estar siempre a la delantera, es decir si fallara un invitado a la entrevista, se tendrá un relevo en lista para rellenar el vacío que se origine, siempre se tendrá una investigación profunda y conocer todo lo referente al tema de tratar.

sonidista	publicidad	Spots publicitario	40''	45''
Locutor 3	Invitado especial / vivencial, saludos, tema a tratarse	tema	2'40''	3''
sonidista	Espacio de reflexión	mensaje	2'40''	3'
Locutor 1	Análisis e intervención del público oyente	panelistas	2'	2'20''
sonidista	publicidad	Spots publicitario	40''	45''
sonidista	Espacio de Reflexión	Tema musical	2'4''	3'
Locutor 1- 2-3	Análisis e intervención con el público	panelistas	3'10	3'25
Locutor 1- 2-3	Despedida	cortina musical	1'40''	1'50''
sonidista	Spots despedida / fondo musical suave	Despedida, cortina bajo	20''	30''

Fuente: elaboración propia

Tabla 19: Guión del programa

5.9 ACTIVIDADES.

- Elaboración y Revisión del esquema con las autoridades y psicólogos (guion)
- Reconocimiento del estudio en la radio
- Selección de personal, Música, sonido efecto
- Investigación de temas referente al consumo de drogas
- Preparación
- Grabaciones
- Ajustes, selección de los panelistas
- preparación del guion
- producción, preparación
- Reunión para revisión y ultimar detalles
- Agenda de trabajo utilizando las estrategias comunicacional
- Publicitar cuñas de lanzamiento del programa
- lanzamiento del programa
- Informe del programa con los sujetos del centro educativo

5.10. RECURSOS

- **Humanos:** Comunicador Social, Psicólogo, Vivenciales, Sonidista
- **Recursos Materiales:** Materiales Impreso informativo (Hojas volantes), Material de oficina (Bolígrafo, Cuadernos, Resmas, Grapadora, CD), Implemento Tecnológico, Internet, Cámara Fotográfica

5.11. FINANCIAMIENTO.

El financiamiento está planificada para seis meses, cuya fuente de ingreso será a través de publicidad de empresas particulares, se gestionará solicitud de apoyo a instituciones públicas y privadas, como tercera alternativa se receptorá contribuciones particulares.

Este ingreso servirá para solventar los gastos del presupuesto

FINACIAMIENTO	
FUENTE	CANTIDAD
A través de empresas particulares	\$ 4.517,73
Solicitar apoyo a instituciones	\$ 4.517,73
Contribuciones voluntarias	\$ 4.517,73
Total	\$ 13.553,20

Fuente: elaboración propia
Tabla 21: Financiamiento

5.12. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																												
Actividades	Meses																											
	Abril			Mayo			Junio			Julio			Agosto			Septiembre												
1.-Elaboración y Revisión del esquema (guion)	■	■																										
2.Reconocimiento del estudio en la radio			■																									
3.-Selección de personal, Música, sonido efecto				■	■																							
4.Investigación, -Preparación -Grabaciones					■	■	■																					
5.-Ajustes, selección de los panelistas								■																				
6.- preparación del guion,									■	■	■	■	■															
7.- producción, preparación													■															
8.- Reunión para revisión y ultimar detalles														■	■	■												
9.-informe del programa con los sujetos del centro educativo														■	■	■												
10.agenda de trabajo utilizando las estrategias comunicacional														■	■	■												
11. publicar cuñas de lanzamiento del programa																								■	■			
12. lanzamiento del programa																									■	■		
Duración Total en Semanas									0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	

Fuente: elaboración propia
 Tabla 22: Cronograma de Actividades

5.13. PRESUPUESTO

RECURSOS HUMANOS				
Nº	Denominación	Tiempo	Costo /U.	Total
1	1 comunicador social	6 meses	\$ 500,00	\$ 3.000,00
1	Psicólogo	6 meses	\$ 500,00	\$ 3.000,00
2	Vivenciales	6 meses	\$ 250,00	\$ 3.000,00
1	Sonidista	6 meses	\$ 340,00	\$ 2.040,00
SUBTOTAL				\$ 11.040,00
RECURSOS MATERIALES				
Descripción	Cantidad-/ Tiempo	Costo Unitario	Total	
Materiales Impreso informativo	1000 c/u	\$ 120,00	\$ 120,00	
- Hojas volantes				
Material de oficina				
- Bolígrafo	100u.	\$ 0,20	\$ 20,00	
- Cuadernos	100u.	\$ 0,50	\$ 50,00	
- Resmas	25 paquetes	\$ 4,50	\$ 112,50	
- grapadora	1	\$ 6,50	\$ 6,50	
- CD	100u.	\$ 0,30	\$ 30,00	
Implemento Tecnológico				
- Internet	6 meses	\$ 50,00	\$ 300,00	
	1	\$ 250,00	\$ 250,00	
Cámara Fotográfica				
SUBTOTAL				\$ 889,00
OTROS				
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Total	
Refrigerio	216u.	\$ 0,50	\$ 108,00	
Movilización	3 p.	\$ 72,00	\$ 216,00	
Teléfono y Comunicación	3p.	\$ 72,00	\$ 216,00	
Reproducción		\$ 70,00	\$ 420,00	
SUBTOTAL				\$ 960,00
Imprevistos 5% de A+B+C				\$ 664,20
Costo Total del Proyecto				\$ 13.553,20

Fuente: elaboración propia

Tabla 23: Presupuesto

5.14. ESTRATEGIAS DE IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA.

La elaboración de este programa se pensó en función de lo que se conoce actualmente en el campo de los hechos, surge con la necesidad y petición personalizada de los estudiantes, en la importancia de centrar sus ideas y de ser ellos los que transmitan el mensaje a sus compañeros por el vínculo que los une, y es, el ser parte del círculo de una

juventud que clama ayuda ante la necesidad de aprender más sobre esta problemática como lo es el consumo de drogas, que ha desprestigiado a su querido colegio 9 de Octubre, y que, por circunstancia de la vida se ha visto involucrado en esta problemática.

Y como estrategia se ha creó un programa radial cuyo guion hace participe directo a los actores principales como son: los estudiantes, padres de familia, docentes, psicólogos y autoridades que estarán supervisando la argumentación metodológica que, servirá como integración positiva ante este problema, además los argumentos que se generaran como los pensamientos, sentimientos, vivencias, acciones, lo cual conlleva un papel a un más relevante del dominio efectivo para el aprendizaje.

5.15. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

5.15.1. Seguimiento

Para que esta propuesta tenga el éxito deseado, se pretende realizar un monitoreo desde el inicio hasta el final del microprograma, por lo que se formará una comisión semanal con estudiantes del Ciclo Básico para que monitoreen la programación y de esta manera se los hace participe.

Esto logrará que los errores cometidos por el equipo técnico, panelista, presentadores, sonidistas y cualquier instrumento interrumpa el mensaje que se requiere enviar al receptor, en este caso los que son parte de la familia Octubrina, en especial los sujetos elegidos para el proyecto.

5.15.2. Evaluación

Este programa se lo valorará a través de una comisión formada por estudiantes, docentes, padres de familia, autoridades internas y externas, para detectar la atención que le están dando al programa, se les tomará evaluación semanal a los estudiantes sobre el tema transmitido en la radio, para de esta manera se logre tener mayor atención a las consecuencias del consumo de drogas.

EVALUACIÓN		
ESTRATÉGIAS	ACTIVIDADES	INDICADORES DE VERIFICACIÓN
Monitoreo del Programa	<ul style="list-style-type: none"> -Se formará una comisión semanal con estudiantes, docentes, padres de familia, autoridades internas y externas -Se hará un seguimiento académico a los jóvenes, para detectar la atención que le están dando al programa. -Se les tomará evaluación semanal del tema transmitido en la radio, para de esta manera logra tener mayor atención al tema del consumo de drogas, 	<ul style="list-style-type: none"> -Evaluaciones semanal -Seguimiento académico -Comisión semanal
<ul style="list-style-type: none"> -Padres de familia -Psicólogos -Estudiante -Autoridades internas – externas -Vivenciales 	<ul style="list-style-type: none"> -Realizar investigación -Realizar trabajos de campo -Utilizar las herramienta de comunicación -Asistencia Periódica de los sujetos en mención. -Reforzar las Actitudes y Valores 	<ul style="list-style-type: none"> -unificar la Comunicación entre los sujetos. -Reforzar los conocimientos -Sensibilizarse ante la problemática del consumo de drogas -Cambio de actitud
-Comunicación - Auditiva	<ul style="list-style-type: none"> -Elaboración de mensajes para difundirlos en la Radios -Dar seguimiento y revisión al guion 	<ul style="list-style-type: none"> -Repartición de material a los receptores. -Grabación de mensajes referente a al consumo de drogas -Boletines de prensa, Spot publicitario, recortes de los diarios fotografías, -Ampliar el conocimiento

Fuente: elaboración propia

Tabla 24: Evaluación

5.16. BIBLIOGRAFIA

- Agnol, A. D. (1992). *Programa Cooperativo para el desarrollo Tecnológico Agropecuario del Cono Sur*. Monterey, Uruguay.
- Albarracín, G. P. (2000). *Bases Epistemológicas de la educomunicación*. Quito: @abyayala.org.
- AlbertoYarìa, J. (2005). *Drogas: escuela, familia y prevención* (Primera ed.). Buenos Aires: Bonum.
- Albrecht, K. (1996). *La mision de la empresa*. España: Paidòs Empresa 44.
- Albrecht, K. (s.f.). *La mision de la Empresa*.
- Ana. M. Enrique, M. G. (s.f.). *La Planificación de la Comunicación Empresarial*. Barcelona/: Servel Publicaciones.
- Ardura, I. R. (2007). *Estrategias y Tècnicas de Comunicaciòn* (Primera ed.). Barcelona: UOC - Av. Tividabo, 45-47, 08035.
- Armas, C. M. (2007). *Prevencion e intervencion ante problemas de drogas*. Madrid. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=wQGHO6VmR9UC&pg=PA276&dq=establecer+limites+y+normas&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj5xfuFu67LAhWEMx4KHVNAAPQQ6AEIJjAC#v=onepage&q=establecer%20limites%20y%20normas&f=false>
- Balderrama, C. (2003). *COmunicacion y Planificaciòn*. Argentina: Centro Nueva Tierra .
- Balsebre, A. (1994). *El Lenguaje Radiofonico*. Madrid.
- Bello, E. O. (1997). *Teoria de la Comunicaciòn* (2da ed.). Santiago de Chile: Editorial Universitario S.A.
- Bernardo Manuel Corujo, M. (s.f.). *Atenciòn Primaria para la salud*.
- Bustos, S. S. (Marzo de 2004). *Una aproximacion desde el discurso hacia la prevencion del consumo de sustancias psicoactivas ilicitas en Universitarios*. Obtenido de http://bibliodigital.saludpublica.uchile.cl:8080/dspace/bitstream/handle/123456789/260/Sergio%20Sanchez%20Bustos_MSP20--.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- CA, F. -M.-I. (1978 - 8 y 9 de Septiembre). *Estrategias de Comunicacion para el Desarrollo Rural*. Barquisimeto - Venezuela.
- Castillo Prieto, D. (1998). *Comunicacion educativa en el contexto latinoamericano*, 331.

- Castillo Prieto, D. (1998). *Comunicacion educativa en el contexto latinoamericano*, 331.
- Castillo Prieto, D. (1998). *Comunicacion Educativa en el contexto latinoamericano*.
Obtenido de
<http://www.copmadrid.org/webcopm/publicaciones/social/43317.pdf>
- Castillo, D. P. (2004). *La Comunicaciòn en la Educaciòn* (La Crujia ed.). Buenos Aires: Stella.
- Castillo, D. P. (2004). *La Comunicaciòn en la Educaciòn*. Buenos Aires: Stella.
- Castro, M. A. (2007). *Prevenciòn e intervenciòn ante problema de conducta*. Madrid.
- Chike Anyaegbunam, P. M. (2008). *Manual Diagnostico Participativo de comunicaciòn*. Roma. Obtenido de Principios para una estrategia de comunicaciòn:
<ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/011/y5794s/y5794s01.pdf>
- CIRCA-IBC. (10 de 10 de 2011). *Estrategias de Comunicaciòn CIRCA*. Obtenido de
<https://www.youtube.com/watch?v=IIGavLHSd4Q>
- Comunicaciòn, S. y. (s.f.). *Infoamèrica Communication Review*. Obtenido de Perfil Biogràfico y Pensamiento: <http://www.infoamerica.org/teoria/shannon1.htm>
- Comunicacionales, P. (s.f.). Obtenido de / <http://productocomunicacional.blogspot.com>.
- Comunicaciones, O. G. (s.f.). *www.minsa.gob.pe*. Obtenido de
http://www.minsa.gob.pe/portada/Especiales/2007/nutricion/archivos/PLAN_COMUNICACIONAL.pdf
- CONSEP. (2013). *Usos, Consumos de Drogas y Prevenciones*. Quito - Ecuador.
- Cordero, C. d. (Mayo de 2012). *Plan de Comunicaciòn Manual*. Obtenido de
http://cristinaaced.com/pdf/planComunicacion_BIC%20Galicia.pdf
- Diccionario, N. I. (1976).
- Diego Apolo Buenaño, H. M. (Julio, 2014). *Comunicaciòn 360, herramientas para la gestiòn de comunicacion interna e identidad* . Quito - Ecuador: FCSC.
- DPEC, M. (s.f.). *Los principios para el Diseño de una Estrategia de Comunicaciòn* .
Obtenido de <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/011/y5794s/y5794s01.pdf>.
- Duràn, G. V. (2005). *Teorìa y pràctica de la radio*. Caracas, Venezuela: CEC, SA.
- Duràn, G. V. (2005). *Teorìa y Pràctica de la Radio*. Caracas, Venezuela: CEC, SA.
- Elena Rozas, M. F. (6 de Octubre de 2008). *Aprendizaje y Prevencion inespecifica*, pàg. 1,2. San Juan, Buenos Aires. Obtenido de
<http://www.fundacionmaestros.org/FM/modules/smartsection/makepdf.php?itemid=21>

- Estaño, D. M., & Montes, D. J. (2013). *Desarrollo de Competencias comunicacionales con el Modelo de Proqramacion Neurolinguistica para la Orientaciòn y Docencia Universitaria*. Estados Unidos de America.
- Freijeiro, S. D. (2006). *Tècnicas de Comunicaciòn*. España: Vigo.
- Freijeiro, S. d. (2006). *Tècnicas de Comunicaciòn* . España.
- Fuente, A. V. (2004). *Las drogas y los medios de Comunicaciòn* (Universidad de Salamanca ed.). Enseñanza - País Vasco. Obtenido de http://e-spacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=bibliuned:20308&dsID=drogas_medios.pdf
- García Sarria, A. J. (1995). *Psico Pedagogia, Aprendizaje y comunicacion en la relacion educativa*. Obtenido de Psiacologia de la educacion para padres y profesionales: <http://www.psicopedagogia.com/relacion-educativa>
- Garcia, C. G. (1997). *Como lograr una adecuada comunicacion en los campos empresarial, social y familiar*. Mèxico.
- Global, C. (s.f.). Obtenido de Consultora Especializada en Marketing y Comunicación para instituciones educativas: <http://www.cglobal.com.ar/servicios/20comunicacion-institucional/comunicacion-externa>
- Gonzàles, M. R. (viernes de Octubre de 2004). *Productos Comunicacionales*. Obtenido de Productos comunicacionales: Una extencion de la empresa hacia el pùblico: <http://productocomunicacional.blogspot.com/>
- Gonzàlez, M. R. (viernes de Octubre de 2004). *Productos Comunicacionales, Una extenciòn de la empresa hacia el pùblico*. Obtenido de <http://productocomunicacional.blogspot.com/>
- Gonzalo, V. (Agosto del 2006). Plan de acondicionamiento Territorial, provincia de San Pablo. Perù.
- Grinnell. (1988).
- Gumucio Dagròn, A. (2006). Tiempo de milagros: Tres retos de la comunicaciòn para el cambio social., (pág. 9). Obtenido de <http://www.c3fes.net/docs/sincomunicacion1.pdf>
- Gusdorf, G. (1957). *La Palabra*. Buenos Aires: Nueva Visiòn.
- H., E. V. (1997). *Tesis a Tiempo*. Venezuela: Melvin.
- Harol D. Lasswell, B. L. (1948). *The Structure and Funcions of Communication in Society*. Nueva York : Instutte for Religious and Social Studies.

- Hernandez, R., & Fernandez, C. y. (1998). *Metodologia de la Investigaciòn*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana, S.A.
- IICA, R. U. (1995). Lecturas sobre Producciòn Radiofònica. *Radio y Juventud Rural*, (págs. 45, 78). San Josè, Costa Rica. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=Tu4NAQAIAAJ&pg=PR33&dq=formatos+radiofonicos&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=formatos%20radiofonicos&f=false
- Jenkins, C. D. (2005). *Mejoremos la salud a todas las edades, manual para el cambio de comportamiento*. Washington. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=O8UiIj3H35oC&pg=PA6&dq=Rose,+niveles+de+prevencion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwit3pGkkq3LAhXI6x4KHbC6DIUQ6AEIJTAC#v=onepage&q=Rose%2C%20niveles%20de%20prevencion&f=false>
- Jimènez, J. M. (2001). *Las drogas: conseptos, aspectos penales y penitenciarios...* Club Universitario.
- Jimènez, J. M. (2001). *Las drogas: conseptos, aspectos penales y penitenciarios...* Club Universitario.
- Jimènez, J. M. (s.f.). *Las drogas: conseptos, aspectos penales y penitenciarios...* Club Universitario.
- Kaplùn, M. (1978). Producciòn de Programas de Radio. Quito.
- Kaplun, M. (1978). Producciòn deProgramas de Radios. Quito.
- Las claves de la Publicidad . (2011). En M. Garcia-Uceda. España: ESIC.
- Latina, R. d. (30 de Abril de 2009). *Hacia una apertura politica del Campo Comunicaciòn - Educaciòn*. Obtenido de Nòmadas: <http://www.redalyc.org/pdf/1051/105112060013.pdf>
- Lazar, J. (s.f.). ¿Què se`? La ciencia de la comunicacion. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=WNEQIQAyLJEC&pg=PA95&dq=Shannon+proceso+de+la+comunicacion&hl=es&sa=X&ei=j8WSVfK7BsWYNvD8n6gM&redir_esc=y#v=onepage&q=Shannon%20proceso%20de%20la%20comunicacion&f=false
- Làzaro Adolfo, C. S. (7 al 14 de Octubre de 2011). Comunicaciòn, estrategia y tàctica. *El Periòdico de la Publicidad, Opiniòn*, pág. 3. Obtenido de <http://www.estudiodecomunicacion.com/extranet/comunicacion-estrategia-y-tactica/>

- Lazarte, G. d.-C. (s.f.). *Universidad Nacional de Tucumàn, Centro Ing. Roberto Herrera*. Obtenido de <http://www.herrera.unt.edu.ar/centroherrera/Default.asp>:
<http://www.herrera.unt.edu.ar/revistacet/anteriores/nro23/pdf/n23doc02.pdf>
- Liliana León Zúñiga, S. S. (2010). Manual para el diseño participativo de estrategias de comunicación. *Voces Nuestras*.
- Literatura, A. d. (25 de 07 de 2007). *www.rekursostic.educacion.es*. Obtenido de http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t1/teoria_1.htm
- Lòpez, E. (19 de Octubre de 2007). *La enseñanza de estrategias en el aula de español*. Obtenido de Instituto Cervantes, DCU: <http://estrategias-bru.blogspot.com/2007/10/estrategias-de-comunicacin.html>
- Los principios para el Diseño de una Estrategia de Comunicación* . (s.f.).
- M., R. M.-M. (2014). *Produccion de documental radial sobre nutricion y habitos de alimentos en el caribe colombiano*. Obtenido de Periodismo radial de salud en el departamento de bolivar:
http://www.academia.edu/8363158/PRODUCCI%C3%93N_DE_DOCUMENTAL_RADIAL_SOBRE_NUTRICI%C3%93N_Y_H%C3%81BITOS_DE_ALIMENTACI%C3%93N_EN_EL_CARIBE_COLOMBIANO
- M.Sc. Carlos Araya Rivera, p. (s.f.). (U. d. Rica, Editor, & E. d. Colectiva, Productor) Obtenido de
http://www.academia.edu/9727186/G%C3%A9neros_programas_y_formatos_radiales_algunas_reflexiones_para_su_distinción
- Madrid, J. E. (1998). *Espacios de la Comunicación*. Mexico.
- Martínez-Costa, M. P. (2002). *Información Radiofónica*. Barcelona: Ariel S.A.
- Matilla, K. (2008). *Los Modelos de Planificación Estratégica en la Teoría de las Relaciones Públicas*. Barcelona: UOC. Obtenido de
https://books.google.com.ec/books?id=AJ0jL3FcYioC&pg=PA42&dq=Una+estrategia+ser%20comunicativa+cuando&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Una%20estrategia%20ser%20comunicativa%20cuando&f=false
- Mattelart, A. M.-M. (1995). *Historia de las teorías de la comunicación* (Paidòs Iberica, S.A. ed.). Barcelona - Buenos Aires - Mexico: Paidòs, SAICF.
- MIÑO, P. (1996). *Elaboracion y Difuncion de Productos Comunicacionales* pàg. 23. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2501/1/TESIS.pdf>

- Monserrat-Gauchi, V. T.-V. (diciembre-febrero de 2014). El Plan Estratégico de Comunicaciòn, Estructura y Funciones. *Razòn y Palabra*. Obtenido de Razòn y Palabra:
http://www.razonypalabra.org.mx/N/N88/Varia/46_VinesGauchi_V88.pdf
- Mora, M. E. (2006). *Metodologia de la Investigaciòn, desarrollo de la inteligencia* (Quinta ed.). Mèxico: Thomson.
- Nosty, B. D. (Mayo de 2002). *Infoamèrica*. Obtenido de Revista Iberoamerica de Comunicaciòn.: <http://www.infoamerica.org/teoria/weaver1.htm>
- Nudal, J. M. (1996). *Políticas, estrategias y Publicidad* (Diaz de Santos S.A. ed.). 1996.
- O'Callaghan, A. C. (2010). *La Dinamica del Lenguaje Radioperiodístico*. Xlibris.
- O'Callaghan, A. C. (2010). *La Dinàmica del Lenguaje Radioperiodístico, Manual de la Imagen Sonora*.
- Octubrinis, E. (2010). *Colegio Fiscal 9 de Octubre* (página web ed.). Machala.
- OEI. (1994). *Proyecto Medios de Comunicacion y Educaciòn*. Sevilla.
- Ostrowiak, M. A. (1998). Mèxico.
- Otero, E. (Agosto, 2004). *Teoria de la Comunicacion*. Santiago de Chile: Universitaria.
- Peris, J. P. (2006). *Tratado SET de Trastornos Adictivos*. Madrid. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=bnV6Tx6hD5cC&pg=PA499&dq=prevencion+de+consumo+de+drogas+en+los+centro+educativos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjtpMHVo67LAhVEGB4KHdcABvgQ6AEIKzAD#v=onepage&q=prevencion%20de%20consumo%20de%20drogas%20en%20los%20centro%20educacion>
- Perù, P. U. (s.f.). *Comunicacion Social*. Obtenido de Uso de las estrategias y Productos Comunicacionales: <http://textos.pucp.edu.pe/pdf/1980.pdf>
- Pizzolante Negròn, I. (2005). *El Poder de la Comunicacion Estrategica-Capitulo II, Aprendiendo a Comunicar*. Bogota: Pontificia Universidad Javeriana.
- Presas, M. À. (2008). *Lengua y Comunicacion Intergrupala*. Barcelona: UOC.
- Prieto, D. (1997). *La comunicaciòn en la educaciòn*. Buenos Aires - Argentina: Ciccus - La Crujía.
- PRIETO, D. (1997). *La comunicaciòn en la educaciòn*. Buenos Aires - Argentina: Ciccus - La Crujía.
- publicidad, L. c. (s.f.).
- R.T.V.E, M. . (1982). Educacion y Medios de Comunicaciòn. En G. M. R.T.V.E, *Estudios de Educaciòn* (pág. 18). Madrid. Obtenido de

https://books.google.com.ec/books?id=Erk9CgAAQBAJ&pg=PA18&dq=medios+de+comunicacion+en+la+unidad+educativa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj_8IzL54TKAhVGFR4KHQelByMQ6AEIODAG#v=onepage&q=medios%20de%20comunicacion%20en%20la%20unidad%20educativa&f=false

- Ramírez, A. M. (2003). *Teoría de la Información y Comunicación* (1era - Abya - Yala ed.). Quito - Ecuador.
- Ramírez, A. M. (Junio, 2003). *Teoría de la Información y Comunicación Social*. Quito: Abya-Yala.
- Rincón, O. S. (2007). *Ya no es posible el silencio*. Bogotá: Friedrich Ebert Stiftung.
- Rojas-Marcos, L. (2008). *La Familia, de relaciones tóxicas a relaciones sanas*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=q_LmBAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false
- Ruiz, P. D. (18 de Septiembre de 2007). *Diseño de Estrategias de la Comunicación*. Obtenido de Slideshare: http://www.slideshare.net/Euler/estrategiascomunicacion?qid=7da030f8-dc76-41e0-8888-a37082ecd36b&v=qf1&b=&from_search=2
- Sanchez, B. y. (1995). *Metodos de Investigación*. Maracay: Universidad Bicentenario de Aragua.
- Sánchez, J. A. (2009). *Medios de Comunicación - Publicidad y Adicciones*. Madrid: Edaf, S.I.
- Santander, U. I. (05 de Abril de 2011). *Comunicación Institucional*. Obtenido de Guía para la elaboración de Productos Radiales: <https://www.uis.edu.co/intranet/calidad/documentos/comunicacion%20institucional/Produccion%20de%20medios/Guias/GCI.01.pdf>
- Spà, M. d. (2011). *Interpretar la Comunicación*. Barcelona: Gedisa, S.A.
- Strate, L. (7 de Agosto de 2012). *El Medio y el mensaje de McLuhan*. Obtenido de Infoamerica ICR: http://www.infoamerica.org/icr/n07_08/strate.pdf
- Tenerio, A. (22 de Octubre de 2010). Obtenido de <http://es.slideshare.net/ale2013/estrategias-de-comunicacion-5531963>
- Tenorio, I. (2012). *La Nueva Radio, Manual completo del Radiofonista 2.0*. Barcelona.
- Umaña, I. V. (Abril de 2003). *Promoción, Prevención y educación para la salud*. Costa Rica: EDNASSS (Nacional de Salud y Seguridad Social). Obtenido de

[http://www.montevideo.gub.uy/sites/default/files/concurso/documentos/Ed211.p
aralaSalud-MariaT.Cerqueira.pdf](http://www.montevideo.gub.uy/sites/default/files/concurso/documentos/Ed211.p
aralaSalud-MariaT.Cerqueira.pdf)

Valderrama, C. (2003). *Comunicacion y Planificaciòn* . Buenos Aires: Centro Nueva Tierra.

Vega, A. F. (1993). *La acciòn Social ante las Drogas - Propuesta de Intervencion Socio-educativa*. España.

Verderber, R. F.-K. (2009). *¡Comunicate!* (Decima Segunda ed.). Mèxico, D.F.: Cengage Learnig S.A.

Victor Garcia Hoz, R. M. (1986). *Organizacion de Gobierno de Centros Educativos*. Madrid: RIALP.

Viladot, M. A. (2008). *Lengua y Comunicacion Intergrupala*. Barcelona: UOC.

Viladot, M. A. (s.f.). *Lengua y Comunicacion Intergrupala*. UOC.

Yala, I. d. (2009). IV CUMBRE CONTINENTAL DE LOS PUEBLOS Y NACIONALIDADES,. *Declaraciòn Mesa de Comunicaciòn*. Puno, Perù.

Yaria, J. A. (2005). *Drogas, Escuelas, Familia y Prevenciòn*. Buenos Aires: Libreria.

5.16.1. REFERENCIA ELECTRÓNICA

(s.f.). Obtenido de <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/011/y5794s/y5794s01.pdf>

(s.f.). Obtenido de

http://www.slideshare.net/Euler/estrategiascomunicacion?qid=7da030f8-dc76-41e0-8888-a37082ecd36b&v=qf1&b=&from_search=2

(s.f.). Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=IIGavLHSd4Q>

(s.f.). Obtenido de <http://www.slideshare.net/ale2013/estrategias-de-comunicacion-5531989?related=1>

(s.f.). Obtenido de <ftp://ftp.fao.org/docrep/011/y5794s01.pdf>

(s.f.). Obtenido de <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/011/y5794s/y5794s01.pdf>

(s.f.). Obtenido de <http://www.slideshare.net/ale2013/estrategias-de-comunicacion-5531989?related=1>

82, p. (s.f.). Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2501/1/TESIS.p>

(s.f.). Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=IIGavLHSd4Q>

http://www.academia.edu/9727186/G%C3%A9neros_programas_y_formatos_radiof%C3%B3nico (M.Sc. Carlos Araya Rivera,
s.f.)s_algunas_reflexiones_para_su_distinci%C3%B3n

5.17. ANEXO

ANEXO N°1

ENCUESTA PARA SER APLICADA A LOS ESTUDIANTES DEL CICLO BÁSICO DEL COLEGIO 9 DE OCTUBRE DE LA CIUDAD DE MACHALA.

Tema de Investigación:

Estrategias de Comunicacionales para la Prevención del Consumo de Drogas

Objetivo de la Encuesta: Identificar las Estrategias Comunicacionales, Diseñar las estrategias para concientizar y Demostrar el rol de las autoridades, docentes y padres de familia.

Edad:... **Género:** M () F ()

1.- ¿Considera usted que el consumo de drogas es el fracaso de los estudiantes?

- SI
- NO

¿Por qué?-----

2.- ¿Qué Producto Comunicacional utiliza el colegio, para Concientizar a los estudiantes sobre el consumo de drogas?

- Trípticos
- Talleres
- Hojas volantes
- Talleres
- Audiovisuales
- Murales

3.- ¿Qué factores influyen en los estudiantes para adquirir drogas?

- Falta de comunicación con la familia.
- Falta de orientación sobre el problema al consumo de drogas.

- Vínculos de personas dependientes con el estudiante.
- Espacios de actividades extra clase de entretenimiento sano

4.- ¿Qué Medio de Comunicación considera factible para la prevención al consumo de drogas en el colegio?

- Impreso
- Audiovisual
- Radial
- Redes Sociales

5.- ¿Cree necesario que el colegio debe aplicar un Producto Comunicacional Radial?

- SI
- NO

Especifique: -----

6.- ¿Cuál sería el horario factible para transmitir un Micro Programa Radial?

- Mañana: 6:00, 7:00, 8:00, 9:00, 10:00, 11:00,
- Tarde: 12:00 13:00, 14:00, 15:00, 16:00, 18:00,
- Noche: 19:00, 20:00, 21:00

7.- ¿Cuál de las siguientes frases usted las vincula con las Autoridades, Docentes y Padres de Familia?

- (Respeto)...Estoy orgulloso de ti.
- (Tolerancia)...Lo hiciste mal como siempre..
- (Discriminación)...Eres lo peor que me paso.
- (Motivación)...Sabes que te quiero mucho
- (Confianza)...Felicitaciones, por lo que hiciste.
- (Responsabilidad)...Las próximas notas serán excelentes
- (Desvalorización)...No sirves para nada.

- (Fraternidad)...Necesito ayuda.

8. Cuál es el rol y la relevancia por parte de las autoridades, docentes y padres de familia ante las causas y factores de riesgo del consumo de drogas en los estudiantes.

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo
- Pésimo

Por qué.....

ANEXO N°2

GUIA DE ENCUESTA A PADRES DE FAMILIA Y DOCENTES DEL CICLO BÁSICO DEL COLEGIO 9 DE OCTUBRE DE LA CIUDAD DE MACHALA.

Tema de Investigación:

Estrategias de Comunicacionales para la Prevención del Consumo de Drogas

Objetivo de la Encuesta: Identificar las Estrategias Comunicacionales, Diseñar las estrategias para concientizar y Demostrar el rol de las autoridades, docentes y padres de familia.

1.- ¿Qué factores considera influyentes, para que los jóvenes tiendan a consumir drogas?

- Falta de comunicación con la Familia.
- Falta de orientación, sobre las consecuencias al consumo de drogas.
- Vínculos de personas dependientes, con el estudiante
- Escasos espacios de actividad extra clases de entretenimientos sano.

2.- ¿Conoce Usted a estudiante que esté involucrado en problemas de droga?

- SI
- NO

Especifique:...

3.- ¿Conoce de algún programa o recurso que aplique la institución para concientizar a los estudiantes en el consumo de drogas?

- SI
- NO

4.- ¿Cuál de estas alternativas lo considera apropiado para prevención del consumo de drogas en el colegio?

- Programas Radial Interactivos
- Boletines informativos
- Revista Informativos
- Micro Programa Radial

5.- ¿Qué horario considera adecuado para transmitir el Micro Programa Radial?

- Mañana: 6:00, 7:00, 8:00, 9:00, 10:00, 11:00,
- Tarde: 12:00 13:00, 14:00, 15:00, 16:00, 18:00,
- Noche: 19:00, 20:00, 21:00

6.- ¿Qué acción inmediata realiza Usted, si presencia alguna escena en donde el Estudiante este involucrándose con drogas?

- Comunicar al padre de familia
- Denunciar ante el docente
- Intervenir con las autoridades internas y externas

7.- ¿Cree Usted, que existe ruptura de comunicación entre Padres - hijo, estudiantes - docentes y estudiante - autoridad?

- SI
- NO

ANEXO N°3

GUIA DE ENTREVISTA AL DIRECTOR DEL CONSEP, PROPIETARIO O DIRECTORES DEL MEDIO RADIAL, RECTORA, Y PSICÓLOGOS DEL COLEGIO.

Tema de Investigación:

Producto Comunicacional de Concienciación sobre las Consecuencias del Consumo de Drogas en el Colegio 9 de Octubre en Machala Periodo 2014 - 2105"

Objetivo de la Encuesta: Determinar las estrategias comunicacionales, los productos comunicacionales, la integración de la comunidad educativa, la consistencia y periodicidad, el diseño de estrategias, el vínculo en la comunicación, la ruptura de la comunicación, el rol de las autoridades, docentes y padres de familia.

- 1.- ¿Qué estrategia comunicacional utilizan para erradicar el consumo de droga en los estudiantes?

- 2.- ¿Considera Usted, que la creación de un programa radial en donde los estudiantes sean los actores principales, sirva para la concienciación al problema del consumo de drogas?

- 3.- ¿Se utiliza en el medio lo que estipula la ley de comunicación social en dar espacio a grupos de personas o comunidad en transmisión de programas formativos, informativos?

- 4.-, ¿Cuál es la droga de más consumo en los jóvenes, que edades oscilan y que género más recaen?

- 5.- En un caso que se diera el espacio en la radio para un programa de prevención al consumo de drogas a los estudiantes, ¿cuál sería el horario que se les proporcionaría?

- 6.- ¿Existen espacios de prevención de drogas en el medio, y cuál es el efecto del mismo?

7.- ¿Considera Ud. que las Radios Públicas, Privadas o Comunitarias deberían dar un espacio a los estudiantes de los colegios para la realización de un Programa de Prevención para concientizar?

8.- ¿Cómo está trabajando el CONSEP para integrar a los estudiantes, docentes, autoridades y padres de familia para concientizar sobre el consumo de drogas?

9.- ¿Cree Usted, que existe ruptura de comunicación entre Padres - hijo, estudiantes - docentes y estudiante - autoridad?

Fotos de las Actividades realizadas



Encuesta a los alumnos del colegio 9 de Octubre



Encuesta y conversatorio con los estudiantes



ENCUESTA A LOS ESTUDIANTES														
PREGUNTAS	EDAD												TOTAL F-M	DETALLE
	FEMENINO (años)						MASCULINO (años)							
	11	12	13	14	15	T	11	12	13	14	15	T		
1 ¿Considera usted que el consumo de drogas es el fracaso de los estudiantes?	5	34	27	18	1	85	8	21	34	17	4	84	169	SI
		6		1	1	8		5	2	1		8	16	NO
2 ¿Qué Producto Comunicacional utiliza el colegio, para Concientizar a los estudiantes sobre el consumo de drogas?	4	29	20	17	1	71	8	15	29	14	4	70	141	Trípticos
		3	2	1	1	7		2		1		3	10	Hojas volantes
		10	12	6	2	30		6	10	7		23	53	Talleres
	2	14	8	8	1	33		7	11	9		27	60	Audiovisual
					2	2			1	3		4	6	Murales
3 ¿Qué factores influyen en los estudiantes, para adquirir drogas?	4	20	20	14	1	59	3	12	28	17	3	63	122	Falta de comunicación con la familia.
	2	16	16	9		43	3	7	17	8		35	78	Falta de orientación sobre el problema al consumo de drogas.
	1	20	15	10	2	48	4	12	15	7	2	40	88	Vínculos de personas dependientes con el estudiante.
		1	4	1		6	1	3	6	2		12	18	Espacios de actividades extra clase de entretenimiento sano.
4 ¿Qué Medio de Comunicación considera factible para la prevención al consumo de drogas en el colegio?	1	29	9	5		44	1	3	11	5	1	21	65	Medios Impreso
	2	25	10	11		39	5	15	14	12	3	44	83	Medios audiovisual
	1	2	4	4		51	1	5	9	1	1	49	100	Medios Radial
	1	4		5	1	11		4	6	7		17	28	Redes Sociales
5 ¿Cree necesario que el colegio debe aplicar un Producto comunicacional radial?	3	20	12	10	1	46	8	19	25	16		68	114	SI
	3	10	7	3	1	24		8	8	12	18	46	70	NO
6. ¿Cuál sería el horario factible para transmitir un micro programa radial?	1	15	12		1	33			21	8	2	51	84	Mañana
	4	16	5	10	1	36	5	9	13		2	29	65	Tarde
	1	3	7	9		20	5	1	7		2	15	35	Noche
7 ¿Cuál de las siguientes frases usted las vincula con las Autoridades, Docentes y Padres de Familia?	4	23	17	11	1	56	4	11	21	12	3	51	107	Respeto
		1	6		1	8		1	5	7		13	21	Tolerancia
		1	2	2	1	6			1	1		2	8	Discriminación
	2	24	13	14		53	5	12	19	8	1	45	98	Motivación
	4	23	15	10	1	53	3	5	18	9		35	88	Confianza
	1	9	8	2	1	21		5	12	6		23	44	Responsabilidad
		2	2	2	1	7		3	6	2		11	18	Desvalorización
		9	2	4		15	1	2	10	11	2	26	41	Fraternidad
8. Cuál es el rol y la relevancia por parte de las autoridades, docentes y padres de familia ante las causas y factores de riesgo del consumo de drogas en los estudiantes.	3	4	2	1	3	13	4	6	2	2	1	15		Excelente
	5	7	9	4	8	33	8	6	3	6	5	28		Bueno
	3	7	7	6	5	28	5	6	8	9	2	29		Regular
			1	3		5	4	3	5	4	2	18		Malo
			2	1	2	5		1	4	5		10		Pésimo

ENCUESTA A PADRES DE FAMILIA Y DOCENTES						
PREGUNTAS	DETALLE	PADRES DE FAMILIA Y DETALLES		DOCENTES Y DETALLES	TOTAL	
1 ¿Qué factores considera influyentes, para que los jóvenes tiendan a consumir drogas?	Falta de comunicación con la Familia	86		21	107	
	Falta de orientación, sobre las consecuencias al consumo de drogas	41		15	56	
	Vínculos de personas dependientes, con el estudiante	45		13	58	
	Escasos espacios de actividad extra clases de entretenimiento sano	12		7	19	
2 ¿Conoce Usted a estudiantes que estén involucrados en problemas de drogas?	SI	Género: mujeres 25 ; hombres 10		Género: mujeres 6 ; hombres 12	53	
		Edad: 13,14,18		Edad: 13,14,18		
		Tipo de Droga: marihuana		Tipo de Droga: marihuana		
	NO	149		38	187	
3 ¿Conoce de algún programa o recurso que aplique la institución para concientizar a los estudiantes en el consumo de drogas?	SI	82	*requisar las mochilas y charlas *el departamento de Psicólogos hacen seguimiento	47	trabajo social charla del bachillerato casa abierta programas sobre las drogas charlas del DCE	129
	NO	102		9		46
4 ¿Cuál de estas alternativas lo considera apropiado para prevención del consumo de drogas en el colegio?:	Programas Radial Interactivos	34	Bueno un programa radial elevaran su autoestima y servirán a los demás. Funcionaria ya que los jóvenes estarían dirigiendo y solo así aprenderían Sería bueno un programa ya sea por radio o TV	12	Habría ayuda profesional La radio es un mecanismo de audiencia que en muchos de los casos se manejan con mensajes y serviría para prevenir el consumo de drogas. Mientras más se difunda por los medios programas de prevención se ayudaría a los jóvenes. Si son jóvenes pueden llevar el mensaje a los jóvenes ya que no se sentirán presionados por los adultos	46
	Boletines informativos	59		10		69
	Revista Informativos	22		8		30
	Micro Programa Radial	69		26		95
5 ¿Qué horario considera adecuado para transmitir el micro programa radial?	Mañana:	81	Un programa en radio es fundamental en los chicos les daría confianza así mismo. Sería en la mañana, especialmente en el horario de noticias.	33	Este programa unificaría a toda la comunidad del colegio.	114
	Tarde:	49		20		69
	Noche:	54		3		57
6 ¿Qué acción inmediata realiza Usted, si presencia alguna escena en donde el estudiante este involucrándose con drogas?	Comunicar al padre de familia	145	Algunos argumentan que prefieren callar para no tener represalias	22	Lo primero que hacen es hablar con el chico y comunicar a la autoridad competente para que ellos tomen cartas en el asunto. Los padres no tienen una comunicación adecuada con los chicos y es por esto que ellos buscan a los amigos que están prestos a inducirlos al consumo de drogas	167
	Denunciar ante el docente	14		2		16
	Intervienen con las autoridades internas y externas	25		32		57
7 ¿Cree Usted, que existe ruptura de comunicación entre Padres - hijo, estudiantes - docentes y estudiante - autoridad?	SI: Padre Hijos: 48 Estudiantes-docentes: 32 Estudiantes-autoridades: 22	Existen padres que ni les interesan como esta su hijo en el colegio, tal parece que la responsabilidad de ellos es solo matricularlos y que el profesor haga el resto		SI: Padre Hijos: 17 Estudiantes-docentes: 9 Estudiantes-autoridades: 7	135	
	NO: Padre Hijos: 22 Estudiantes-docentes: 25 Estudiantes-autoridades: 35			NO: Padre Hijos: 5 Estudiantes-docentes: 3 Estudiantes-autoridades: 3	93	

CESIÓN DE DERECHO

Yo MERCY JANNETH RUBIO ROLDÁN con CI. 0701916963 estudiante de la carrera de COMUNICACIÓN SOCIAL de la UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES de la UNIVERSIDAD TECNICA DE MACHALA, en calidad de autora del siguiente trabajo de titulación “ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PARA LA PREVENCIÓN DE CONSUMO DE DROGAS, EN LOS ESTUDIANTES DEL CICLO BÁSICO DEL COLEGIO 9 DE OCTUBRE DE LA CIUDAD DE MACHALA, PROVINCIA DE EL ORO. PERÍODO 2014-2015”

- Declaro bajo juramento que el trabajo aquí escrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional. En consecuencia asumo la responsabilidad de originalidad del mismo y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto, asumiendo la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera EXCLUSIVA.
- Cedo a la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA de forma NO EXCLUSIVA con referencia a la obra en formato digital los derechos de:
 - a. Incorporar la mencionada obra al repositorio digital institucional para su democratización a nivel mundial, respetando lo establecido por la Licencia Creative Commons, Atribución - No Comercial - compartir igual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0), la ley de Propiedad Intelectual de Estado Ecuatoriano y el reglamento Institucional
 - b. Adecuarla a cualquier formato o tecnología de uso en internet, así como incorporar cualquier sistema de seguridad para documentos electrónicos, correspondiéndome como Autora la responsabilidad de velar por dichas adaptaciones con la finalidad de que no se desnaturalice el contenido o sentido de la misma.

Machala 30 de Junio del 2016



Mercy Janneth Rubio Roldan
CI. 070191698

