



**UNIVERSIDAD LAICA  
“ELOY ALFARO” DE MANABÍ  
FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



**TESIS DE GRADO**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN: CARRERA: PERIODISMO**

**TEMA:**

**ANÁLISIS DE CONTENIDO DE DIARIO LA MAREA DE  
MANTA EN EL MES DE ENERO A JULIO DEL PERIODO  
2013. CASO DE ANÁLISIS: LA ORTOGRAFÍA  
PERIODÍSTICA**

**AUTORA:**

**SONIA MARIBEL DELGADO LUCAS**

**DIRECTOR DE TESIS**

**LIC. XAVIER CEDEÑO GUADAMUD**

**MANTA      MANABÍ      ECUADOR**

**2015**

**TEMA:**

**ANÁLISIS DE CONTENIDO DE DIARIO LA MAREA DE  
MANTA EN EL MES DE ENERO A JULIO DEL PERIODO  
2013. CASO DE ANÁLISIS: LA ORTOGRAFÍA  
PERIODÍSTICA**

## OTORGA A LA TESIS DE GRADO

La nota de.....equivalente  
a:.....

.....  
**Lic. XAVIER CEDEÑO GUADAMUD**  
**DIRECTOR DE TESIS DE GRADO**



**EL JURADO CALIFICADOR**  
**OTORGA A LA SUSTENTACIÓN LA NOTA DE**

.....  
.....

.....  
.....

**PROMEDIO FINAL DE SUSTENTACIÓN**

.....

**Lo certifico:** .....

**SECRETARÍA DE FACULTAD**  
**CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

## **AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN**

Certifico que bajo mi dirección y asesoramiento, la señorita **SONIA MARIBEL DELGADO LUCAS**, ha elaborado el presente trabajo de investigación, titulado: **ANÁLISIS DE CONTENIDO DE DIARIO LA MAREA DE MANTA EN EL MES DE ENERO A JULIO DEL PERIODO 2013. CASO DE ANÁLISIS: LA ORTOGRAFÍA PERIODÍSTICA**; como requisito previo para optar por el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación, carrera Periodismo.

**Lic. XAVIER CEDEÑO G.  
DIRECTOR DE TESIS**

Manta, Julio del 2015

## CALIFICACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el informe de investigación sobre el tema: **ANÁLISIS DE CONTENIDO DE DIARIO LA MAREA DE MANTA EN EL MES DE ENERO A JULIO DEL PERIODO 2013. CASO DE ANÁLISIS: LA ORTOGRAFÍA PERIODÍSTICA.** Sometido a consideración de autoridades de la Facultad Ciencias de la Comunicación y Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, como requisito para la obtención del título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

### APROBADO

Dr. Daniel Barredo Ibáñez, P.H.D

**DECANA DE FACULTAD**

---

Lic Xavier Cedeño Guadamud

**DIRECTOR DE TESIS**

---

Miembro del Tribunal

---

Miembro del Tribunal

---

Miembro del Tribunal

---

## **AUTORÍA**

Los pensamientos, ideas, investigación, comentarios y resultados pertenecen exclusivamente al autor.

**SONIA MARIBEL DELGADO LUCAS**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por cada una de las bendiciones que me brindó en toda esta etapa estudiantil y así regalarme salud, bienestar para concluir con este trabajo de investigación, a mi familia que ha estado apoyando moral y económicamente, a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, a la Facultad Ciencias de la Comunicación por la enseñanza impartida en su predios, a mis maestros quienes brindaron todo sus conocimientos en las cátedras impartidas dentro de la FACCO y fortalecer mi preparación como profesional .

A mi director de tesis Lic. Xavier Cedeño Guadamud, quien me estuvo apoyando y guiando en el desarrollo de la investigación, a los directores de Diario “La Marea” que me proporcionaron datos informativos, a los periodistas que me ayudaron con las encuestas, a mis compañeros de estudio que siempre estuvieron pendiente del avance de la investigación, a todos ellos mi gratitud.

**SONIA MARIBEL DELGADO LUCAS**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mi padre que no se encuentra físicamente junto a mí, pero desde que ha partido vive y vivirá siempre en mi corazón, al mismo tiempo, a mi madre que me ha inculcado grandes valores en vida desde mi niñez hasta la actualidad, a mi hermana que ha sido un ejemplo a seguir .

Además, dedico esta labor a mis sobrinos por ser parte de mi vida y demostrarle que mientras existan las ganas de aprender y el deseo de superación nada es imposible. El ser humano debe luchar contra viento y marea para conseguir cada una de sus metas.

**SONIA MARIBEL DELGADO LUCAS**



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>1. CAPÍTULO I.....</b>	<b>8</b>
<b>MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>8</b>
1.1.- Análisis de contenido .....	8
1.2 Definiciones.....	9
1.3 Usos del análisis de contenido.....	10
1.4 Epistemología del análisis de contenido.....	12
1.5 El significado del texto: contexto comunicativo y sentido social y cognitivo.....	14
1.6 Metodología del análisis de contenido.....	15
1.7 Análisis de contenido según la selección de la comunicación estudiada.....	16
1.8 Productos singulares .....	17
1.9 El análisis de contenido, naturaleza del discurso.....	17
1.10 Antecedentes históricos.....	19
1.11 Procedimiento a seguir en el análisis de contenido.....	22
1.11.1 Objetivos, universo, documentos.....	22
1.11.2 Unidades de análisis y reglas de recuerdo.....	22
1.11.3 La categorización.....	24
1.11.4 La clasificación.....	25
1.11.5 Preanálisis.....	25
1.11.6 Exploración del material .....	27
1.11.7 La codificación .....	31
1.11.8 El inventario.....	31
1.11.9 Exploración, fiabilidad y validez.....	32
1.11.10 Reducción de los datos.....	33
1.11.11 Interpretación, consolidación teórica.....	34
1.2 La ortografía periodística.....	34
1.3 Diario La Marea de Manta .....	45

1.4	Medio alternativo.....	45
1.4.1	Diario Popular. ....	46
1.4.2	La Marea Protagonista.....	46
1.4.3	Desarrollo de Manta .....	47
1.4.4	Medio distinto.....	47
	<b>CAPÍTULO II</b> .....	48
2	Diagnóstico o estudio de campo.....	48
2.1	Encuestas realizadas a los periodistas que laboran en Diario La Marea de Manta.....	.48
	<b>CAPÍTULO III</b> .....	64
3.	Propuesta ,.....	64
3.1	Aplicación de una estrategia comunicacional para mejorar los contenidos y ortografía periodística que permita a Diario La Marea proyectarse positivamente en Manta.....	64
3.1.2	Introducción a la propuesta .....	64
3.1.3	Fundamentación.....	64
3.1.4	Objetivos.....	65
3.1.5	Posibles actividades.....	66
3.1.6	Plan de actividades.....	66
3.1.7	Presupuesto.....	68
3.1.8	Tiempo en meses.....	68
	Bibliografía.....	74
	Anexos.....	78

## **INTRODUCCIÓN**

Los medios de comunicación impresos, radiales y televisivos de manera diaria y continua emiten mensajes e informaciones que llegan a los perceptores informando sobre los diversos hechos y acontecimientos que ocurren en el contexto de la sociedad local y mundial.

Los periodistas, son los principales actores de este enlace o conexión para informar de manera oportuna y veraz el cúmulo de informaciones tratadas a través de técnicas y géneros periodísticos que a su vez se determinan en noticias, reportajes, crónicas, entrevistas y otras notas que se publican e informan en los medios de comunicación.

Mientras los periodistas trabajan en la elaboración de las notas informativas, especialistas en comunicación y periodismo también laboran analizando de manera objetiva, sistemática y cualitativa el contenido de esa información y, que a su vez tenga las características periodísticas necesarias para ser editada y publicada, considerando también las determinaciones que actualmente impone El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, CORDICOM, en el Ecuador.

Para ello los especialistas se agarran de técnicas investigativas que permiten realizar un análisis de contenido para valorar, estimar y evaluar el adjunto integral de la información que se observa en los diversos medios de comunicación y qué manera incide en los perceptores.

Realizar un análisis de contenido significa observar el estilo, ortografía condiciones, características, forma expositiva y argumentativa, belleza, coherencia y estética en el escribir y estructura de las diversas notas informativas y géneros periodísticos. A partir de ahí se impone también la responsabilidad ética y social del medio con sus lectores, televidentes, radioescuchas y comunidad en general.

Por ello el interés en la presente investigación para conocer un análisis de contenido de Diario La Marea de Manta en el mes de enero a julio del periodo 2013. Caso de análisis: la ortografía periodística.

## **TEMA**

Análisis de contenido de Diario La Marea de Manta en el mes de enero a julio del periodo 2013. Caso de análisis: la ortografía periodística.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El análisis de medios de comunicación es un tema que compete a nivel mundial. El avance tecnológico en el cual están inmersos los mass media permite que la admirable y exuberante profusión de mensajes e informaciones por ganar notoriedad, se lo realice en muchos casos sin las debidas regulaciones y normativas como lo exigen los organismos estatales y no gubernamentales existentes en la elaboración de las notas informativas y géneros periodísticos.

Aunque en muchos países del mundo y a nivel latinoamericano existe la libertad de expresión y prensa, situación que en algunos casos causa malestar a gobiernos y grupos de poder que atacan especialmente a los periodistas, llegando incluso a la desaparición y muerte de ellos, como ocurre en Bangladesh, México y Brasil para citar un ejemplo, por la publicación de noticias e informaciones que carecen de fundamento e investigación.

Si bien es cierto en Ecuador la situación es totalmente diferente por la aplicación de una Ley Orgánica de Comunicación vigente desde el martes 25 de junio del 2013, que estipula la responsabilidad ulterior de quien escribe la nota y del medio de comunicación desde su aplicación ha traído como consecuencias y roce entre medios de comunicación y el gobierno, cierre de medios y rectificaciones de notas con errores que causan malestar a terceros y grupos minoritarios.

Diario La Marea de Manta, es un medio de comunicación adscrito a la empresa periodística Ediasa de Portoviejo que nació el 22 de octubre del 2007, La marea tiene una filosofía y responsabilidad social de corte popular, dentro de su plana de periodistas hay un grupo relativamente joven, profesionales en el periodismo y con muchas ganas de cumplir con una responsabilidad social dirigida a sectores de clase media hacia abajo.

Dentro del desarrollo de las diversas notas informativas y géneros periodísticos que se redactan, editan y publican, existen serios problemas ortográficos que a simple vista se observan tanto para el ciudadano común como especialistas en periodismo, situación que denota que los periodistas no conocen las reglas ortográficas, proporción y simetría en la disposición de colocar correctamente una tilde en palabras agudas, graves, esdrújulas y sobresdrújulas; así como también la utilización de los signos de puntuación en oraciones y párrafos que se escriben de manera diaria y permanente.

Para el lector ello desemboca en una situación de desequilibrio comunicacional, esto es mala imagen empresarial como medio de comunicación, falta de conocimiento y preparación de los periodistas, irrespeto y desestimación, todo se vuelve un caos, incoherencia e incompatibilidad entre una oración y otra.

Con la finalidad de corregir los contenidos y la ortografía periodística que publica Diario La Marea de Manta, esta investigación se enfoca en esos aspectos para que este medio de comunicación de corte popular llegue de una mejor manera tanto a sus lectores como críticos de la profesión que esperan una mejor información que beneficie a todos.

## **PREGUNTAS DIRECTRICES**

¿De qué manera se estudian los contenidos de Diario La Marea de Manta, para analizar su ortografía periodística?

¿Cómo se identifican los contenidos de Diario la Marea de Manta?

¿Cómo se verifican las notas informativas y géneros periodísticos si están correctamente escritos y sin faltas ortográficas?

¿Sugerir a las autoridades de Diario La Marea de Manta aplicar una estrategia comunicacional para mejorar los contenidos y ortografía periodística que permita a este medio de comunicación proyectarse positivamente en Manta?

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿De qué manera incidirá un análisis de contenido de Diario La Marea de Manta, para analizar la ortografía periodística?

**PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN:** Aplicación de una estrategia comunicacional para mejorar los contenidos y ortografía periodística que permita a Diario La Marea proyectarse positivamente en Manta.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Estudiar los contenidos de Diario La Marea de Manta en los meses de enero a julio del periodo 2013. Caso de análisis: la ortografía periodística.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar los contenidos de Diario la Marea de Manta.
- Verificar si las notas informativas y géneros periodísticos están correctamente escritos y con una buena ortografía.
- Sugerir una estrategia comunicacional para mejorar los contenidos y ortografía periodística que permita a Diario La Marea proyectarse positivamente en Manta.

## **JUSTIFICACIÓN**

El análisis de contenido determina ser una técnica confidencial de la cual se obtienen significados desde un soporte específico, a través de libros de texto, periódicos, revistas, imágenes, programas televisivos, los mismos que se procesan y se categorizan.

El análisis de contenido se ubica en un punto medio entre técnicas cuantitativas y técnicas cualitativas, se consideran para ello cuatro características fundamentales, tales como la objetividad, sistematicidad, contenido manifiesto y capacidad de generalización.

Realizar un análisis de contenido en Diario La Marea de Manta, permitirá conocer las reglas y procedimientos bajo los cuales este medio de comunicación elabora las diversas notas y géneros periodísticos que se publican en sus páginas, además de la estructura normativa y gramatical de la ortografía periodística que apoya la redacción, edición y publicación de las informaciones.

Por lo expuesto se justifica la presente investigación que permitió conocer un análisis de contenido de Diario La Marea de Manta en el mes de enero a julio del periodo 2013. Caso de análisis: la ortografía periodística.

Los beneficiarios directos serán los periodistas y comunidad lectora de Diario La Marea de Manta.

Tiene factibilidad social, económica y técnica.

- **Social:** Porque contribuyó a los periodistas en fortalecer los análisis de contenido de Diario La Marea de Manta en la ortografía periodística.
- **Económica:** Porque la autora contó con los recursos para desarrollar la presente investigación.
- **Técnica:** Por cuanto se contó con el apoyo de autoridades y especialistas en el área de los medios de comunicación escritos de Manta.

## **VARIABLES**

### **VARIABLE INDEPENDIENTE**

Análisis de contenido de Diario La Marea de Manta.

### **VARIABLE DEPENDIENTE**

La ortografía periodística.

## **METODOLOGÍA**

### **Métodos y técnicas**

#### **Métodos aplicados**

**Método deductivo:** Considerando que se realizó un análisis de contenido de Diario La Marea de Manta, en el mes de enero a julio del 2013. Caso de análisis la ortografía periodística.

**Método inductivo:** Porque se estudiaron las ventajas que brinda el análisis de contenido de Diario La Marea de Manta, en la ortografía periodística.

**Método Estadístico:** Accedió ayudar en la tabulación de los datos, la graficación, interpretación y análisis de resultados.

**Método sintético:** Para elaborar las conclusiones y recomendaciones.

## **TÉCNICAS**

Las técnicas que se aplicarán para la recolección de datos son:

**Bibliográficas:** En la fundamentación teórica.

**Encuestas:** En la recolección de la información de campo, a través de las encuestas aplicadas a los periodistas de Diario La Marea de Manta.



**Entrevistas:** para las autoridades de Diario La Marea de Manta y la empresa Ediasa.

## **MUESTRA**

La presente investigación se efectuó en Diario La Marea del cantón Manta. Se tomó en consideración a un número de 50 personas entre periodistas y autoridades de Diario La Marea, Ediasa.

## CAPÍTULO I

### 1.- MARCO TEÓRICO

#### 1.1.- ANÁLISIS DE CONTENIDO

Bardin (2002) se pregunta ¿qué es hoy en día el análisis de contenidos? Un conjunto de instrumentos metodológicos, cada vez más perfectos y en constante mejora, aplicados a “discursos” (contenidos y continentes) extremadamente diversificados. El factor común de estas técnicas múltiples y multiplicadas -desde el cálculo de frecuencias suministradoras de datos cifrados hasta la extracción de estructuras que se traducen en modelos- es una hermenéutica controlada, basada en la deducción: la inferencia. En tanto que el esfuerzo de interpretación, el análisis de contenidos se mueve entre dos polos: el de rigor de la objetividad y el de la fecundidad de la subjetividad. Disculpa y acredita en el investigador esa atracción por lo oculto, lo latente, lo no-aparente, lo potencial inédito (no dicho), encerrado en todo mensaje. Paciente empresa de “desocultación”, responde a la actitud de “observador” que el analista no osa confesarse y justifica su preocupación, honesta, de rigor científico. Analizar mensajes por esta doble lectura en la que una segunda lectura substituye a la lectura “normal” del profano, es hacerse agente doble, detective, espía. De ahí apreciar el instrumento técnico por sí mismo, a adorarle como un ídolo capaz de cualquier magia, a hacerle pretexto o coartada protectora de procedimientos vacíos, a transformarle en gadget inexpugnable de su pedestal, solo hay un paso...el cual parece preferible no dar.

El mayor interés de este útil poliformo y polifuncional que es el análisis de contenido, reside –aparte de sus funciones heurísticas y verificativas- en la obligación que impone de prolongar el tiempo de latencia entre las intuiciones o hipótesis de partida y las interpretaciones definitivas. Desempeñando el papel de las “técnicas de ruptura” frente a la intuición fácil y azarosa, los procedimientos de análisis de contenido obligan a fijar un tiempo entre el estímulo-mensaje y la

reacción interpretativa. Y si el este tiempo es rico y fértil, entonces hay que utilizar el análisis de contenido<sup>1</sup>.

Se reflexiona que el análisis de contenido es una técnica utilizada para varias ramas del saber humano a través de la investigación, de manera especial en el campo del periodismo. Esta técnica aplicada sobre todo en materias o currículos como Taller de análisis de medios, impartida en las escuelas o facultades de comunicación; dentro de la misma bajo parámetros, estilo y orden sirve para conocer el contexto y argumento de una película, como título, argumento, veredicto y ficha técnica; además de noticias, columnas de opinión, así como otros géneros periodísticos para ponderar su calidad y forma expositiva.

De esta manera el estudiante de periodismo conoce y valora a través del análisis de contenido las diversas formas de poder hacer un análisis para en lo posterior hacerlo de una manera práctica y profesional, con pleno conocimiento de su accionar profesional.

Esta técnica también es utilizada propiamente para investigaciones periodísticas e investigación propiamente.

## **1.2.- DEFINICIONES**

Aigeneren (2012) expresa que "El análisis de contenido" es la técnica que permite investigar el contenido de las "comunicaciones" mediante la clasificación en "categorías" de los elementos o contenidos manifiestos de dicha comunicación o mensaje.

Una definición aceptada, pese a su generalidad, es la de Bernard Berelson<sup>2</sup>:

---

<sup>1</sup> Laurence Bardin. Análisis de contenido. Página 7, Tercera edición 2002; ediciones Akal. S.A. Madrid, España.  
<sup>2</sup> BERELSON, Bernard. Content Analysis in Communications Research. New York. The Free Press. 1952.

"El análisis de contenido es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación".

Otra definición conocida es la de Ole Holsti<sup>3</sup>:

-"cualquier técnica de investigación que sirva para hacer inferencias mediante la identificación sistemática y objetiva de características específicas dentro de un texto".

En esta misma línea metodológica se ubica la definición, más reciente, de Klaus Krippendorff<sup>4</sup>:

"El análisis de contenido es una técnica de investigación [que utiliza un conjunto de procedimientos] para hacer inferencias reproducibles y válidas a partir de un texto (de los datos al contexto de los mismos)".

En esta metodología de análisis interesa fundamentalmente *el estudio de las ideas* comprendidas en los conceptos y no de las palabras con que se expresan. Estudia la comunicación o mensaje en el marco de las relaciones "emisor - receptor."

En el caso de "las comunicaciones," cualesquiera que fuesen, nos encontramos en presencia de un "**emisor**" que lanza el mensaje que tiene un "**contenido**" y una "**forma**" y que es **emitido** para lograr una "**finalidad**" y que se dirige a uno o varios "**receptores**."

### 1.3.- USOS DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO

El análisis de contenido nos permite estudiar los siguientes aspectos del mensaje o comunicación:

---

<sup>3</sup> HOLSTI, Ole. Content Analysis for the Social Sciences and Humanities. Reading, MA. Addison Wesley. 1969.

<sup>4</sup>KRIPPENDORFF, Klaus. Content Analysis, an introduction to its methodology. Beverly Hills, CA. Sage Publications. 1980. Pág. 21

**1. Quién habla o estudio del emisor:** el analista puede buscar quién es el autor del mensaje o comunicación.

**2. Qué se intenta decir:** se trata de estudiar las características del contenido del mensaje. Definir cuál es el tema central y los subtemas.

**3. A quién va dirigido el mensaje** (estudio del Receptor): en primer lugar se determinan quién es el "receptor," a quién se dirige el mensaje.

**4.Cuál es el mensaje manifiesto y cual es le mensaje latente o implícito.**

**5. El Cómo:** se trata de estudiar los "medios" por los cuales un mensaje trata de producir o produce una impresión, se deben analizar los medios o elementos que concurren a producir una impresión un resultado. Veamos algunos ejemplos, del rol de los "medios":

- Utilización de conceptos que expresan ideas negativas o positivas, por ejemplo, el concepto terrorista o defensor de los derechos humanos;
- Imágenes visuales "chocantes": escenas de torturas en la película "La noche de los lápices";
- Utilización de símbolos o referentes valóricos "universales" tales como la defensa de los derechos humanos, el derecho a la libertad, a la vida, el exilio, etc.;
- Saturación en los "receptores" de un mensaje con el objetivo de inducir o fomentar, ciertas respuestas favorables o negativas ante una situación determinada (efecto subliminal).

**6. Con qué resultado:** analizar el efecto del mensaje sobre *el receptor*.

En algunos casos, los mensajes y comunicaciones se refieren por lo general a procesos que no son observados directamente por los receptores de aquellos, y es esta característica lo que obliga al *receptor del mensaje o comunicación* a hacer inferencias específicas a partir del entorno empírico - o contexto social - de donde provienen tales datos. En síntesis, en la actualidad se reconoce que el Análisis de Contenido pueden tener tanto *un objetivo descriptivo como inferencial*, y puede utilizarse tanto técnicas de análisis cuantitativo como técnicas de análisis cualitativo; también hay acuerdo en que el análisis no está limitado al *contenido*

*manifiesto de los mensajes sino que puede extenderse a su contenido latente, y en que los Análisis de Contenido realizados deben someterse, como todo análisis, a pruebas de validez y de confiabilidad*<sup>5</sup>.

#### **1.4.- EPISTEMOLOGÍA DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO**

Piñuel (2002) manifiesta que se suele llamar *análisis de contenido* al conjunto de procedimientos interpretativos de *productos comunicativos* (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados, y que, basados en técnicas de medida, a veces *cuantitativas* (estadísticas basadas en el recuento de unidades), a veces *cualitativas* (lógicas basadas en la combinación de categorías) tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior. El análisis de contenido, de hecho, se convirtió a finales del siglo XX en una de las técnicas de uso más frecuente en muchas ciencias sociales, adquiriendo una relevancia desconocida en el pasado a medida que se introdujeron procedimientos informáticos en el tratamiento de los datos.

Su propia denominación de análisis de “contenido”, lleva a suponer que el “contenido” está encerrado, guardado –e incluso a veces oculto– dentro de un “continente” (el documento físico, el texto registrado, etc.) y que analizando “por dentro” ese “continente”, se puede desvelar su contenido (su significado, o su sentido), de forma que una nueva “interpretación” tomando en cuenta los datos del análisis, permitiría un *diagnóstico*, es decir, un nuevo conocimiento (*gnoscere* “conocer”) a través de su penetración intelectual (*día*, en griego es un prefijo que significa “a través de” en el sentido de “atravesar”). Pero una tal suposición, semejante, de hecho, a la acostumbrada cuando los análisis químicos y biológicos exploran componentes de la materia y facilitan diagnósticos, lleva a una visión

---

<sup>5</sup> Documento de referencia: Miguel Aigeneren. Análisis de contenido: una introducción; UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS, CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINIÓN, 2012. Revista electrónica. La sociología en sus escenarios.<http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/ceo/article/view/1550/1207>.

falsa. El análisis de contenido, aplicado a “continentes” materiales, busca fuera, no dentro, pues las dimensiones de los datos extraídos del análisis sólo existen fuera de los “continentes”, es decir, en la mente de los sujetos productores o usuarios de los mensajes, textos, discursos, o documentos que se analizan, es decir, en la mente de los participantes de los procesos singulares de comunicación en los que se han producido los documentos analizados.

No obstante, varios hitos en la evolución del análisis de contenido permiten comprender el desarrollo del análisis de contenido en el ámbito sociológico; son los siguientes hitos de la investigación, reproducidos por López Aranguren (y recogidos en Piñuel & Gaitán, 1995: 516)<sup>6</sup>:

- 1.- Décadas de 1920 y 1930. Análisis sobre el concepto de “estereotipo social” sugerido por Lippmann (1922) y sobre el concepto de “actitud”, de reciente aparición en psicología.
- 2.- Segunda Guerra Mundial. Análisis de Lasswell y colaboradores, sistematizados más tarde por George (1959): conceptualización de objetivos y procesos de comunicación.
- 3.- Décadas de 1950 y 1960. Codificación manual. Obras de Pool (1959), Lasswell et al (1965) y Holsti (1969).
- 4.- Aplicación de la informática, codificación electrónica automatizada, a partir de la obra de Stone y colaboradores (1966) sobre el sistema *General Inquirer* para el análisis contenido de mensajes por medio de ordenador. (Ver García Ferrando, M., Ibáñez, J. & Alvira, F., 1986<sup>7</sup>).

Todos estos hitos revelan que el análisis de contenido se ha remitido a técnicas para elaborar, registrar y tratar datos más allá del ámbito social y cognitivo concretos en que se recurre a la comunicación, y dentro de ella, a la producción de textos. Es como si fuese justificable elaborar, registrar y tratar datos de un texto asirio porque se cree conocer su gramática, sin tomar en cuenta cuál podría ser su interpretación por parte de quienes generaron y usaron comunicativamente

---

<sup>6</sup>Piñuel & Gaitán, 1995: 516

<sup>7</sup> García Ferrando, M., Ibáñez, J. & Alvira, F., 1986

aquel texto. En todos los casos, sin embargo, los textos remiten a un universo de prácticas sociales y cognitivas donde cualquier interacción comunicativa cobra unos límites particulares que son mediados y mediadores de aquellas prácticas a las que sirve. Hoy día, cuando ya nadie duda que el análisis de contenido pueda sustraerse a los supuestos teóricos de los que, en cada caso, se parte, conviene además aprovechar su tradición para no perder la perspectiva en análisis de la comunicación; la técnica del análisis de contenido no producirá interpretaciones relevantes de los datos si éstos mismos no son relevantes para conocer condiciones de comunicación; y estas condiciones son de naturaleza sociocognitiva<sup>8</sup>.

### **1.5.- EL SIGNIFICADO DEL TEXTO: CONTEXTO COMUNICATIVO Y SENTIDO SOCIAL Y COGNITIVO**

El análisis de contenido no debe perseguir otro objetivo que el de lograr la emergencia de aquel sentido latente que procede de las prácticas sociales y cognitivas que instrumentalmente recurren a la comunicación para facilitar la interacción que subyace a los actos comunicativos concretos y subtiende la superficie material del texto. Como señala Bardin (citado en Piñuel & Gaitán, 1995) el análisis de contenido se convierte en una empresa de des-ocultación o re-velación de la *expresión*, donde ante todo interesa indagar sobre lo escondido, lo latente, lo no aparente, lo potencial, lo inédito (lo no dicho) de todo mensaje. Pero esta nueva perspectiva no sólo amplía el campo de estudio del análisis de contenido hacia la dimensión no manifiesta del texto cuanto que, dada su complejidad, exige introducir nuevas variables en el análisis a fin de que el texto cobre el sentido requerido para el analista. Esto sólo es posible si tal texto se abre —teóricamente hablando— a las condiciones contextuales del producto comunicativo, al proceso de comunicación en el que se inscribe, y por tanto a las

---

<sup>8</sup>José Luis Piñuel Raigada. Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido; 2002; Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Sociología IV, Facultad Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, ciudad universitaria, s/n 28040- Madrid, Spain; pinuel@accinf.uem.es

[https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-07-29-Pinuel\\_Raigada\\_AnalisisContenido\\_2002\\_EstudiosSociolingüísticaUVigo.pdf](https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-07-29-Pinuel_Raigada_AnalisisContenido_2002_EstudiosSociolingüísticaUVigo.pdf)



circunstancias psicológicas, sociales, culturales e históricas de producción y de recepción de las expresiones comunicativas con que aparece.

Los actores de una interacción comunicativa nunca se enfrentan normalmente por primera vez a la tarea de comunicarse con otro ser humano. Poseen, en este sentido, un determinado conocimiento acerca de las posibilidades expresivas del cuerpo humano (por ejemplo, si se trata de comunicación interpersonal cara a cara), acerca de la significatividad de ciertas expresiones y acerca de las pautas de acción y coordinación de acciones y operaciones que regulan una clase de interacciones comunicativas. El “saber hacer” acerca de la comunicación es un patrimonio cognitivo, es decir, es un producto de la práctica comunicativa, que se almacena en la memoria de los sujetos y que se activa cuando estos entran a tomar parte de una interacción comunicacional en forma de “esquemas previos” (“auto-referencia”), que guían la construcción recursiva de las “representaciones e inferencias” (Piñuel & García-Lomas, 2001)<sup>9</sup>. Los esquemas que se poseen acerca de los demás (esquemas sociales), contienen datos que no sólo se refieren a las propiedades identitarias del sujeto (su edad, su sexo, su aspecto físico, su personalidad, su familiaridad –si es conocido o desconocido– su nivel de conocimientos, etc.), sino también a la posición que ocupan (estatus) y a la función que desempeñan (rol) dentro de los grupos y organizaciones sociales, es decir, en su calidad de agentes de un sistema social.

## **1.6.-METODOLOGÍA DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO**

De acuerdo con aquellos planteamientos se puede entender que un análisis de contenido incluiría necesariamente los siguientes pasos:

- a) selección de la comunicación que será estudiada;
- b) selección de las categorías que se utilizarán;
- c) selección de las unidades de análisis, y
- d) selección del sistema de recuento o de medida

---

<sup>9</sup>(Piñuel & García- Lomas, 2001)

## 1.7.- ANÁLISIS DE CONTENIDO SEGÚN LA SELECCIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTUDIADA

Es obvio que, por ejemplo, no puede plantearse de la misma forma un análisis de contenido del discurso producido por un grupo de discusión, cuyos integrantes conversan sobre un tema, que un análisis de contenido de la correspondencia que mantienen dos enamorados, o que un análisis de contenido de relatos mediáticos incluso para los ejemplos citados pueden advertirse formatos y situaciones muy diversas; no se da la misma situación en la discusión de grupo cuando éste se constituye como técnica cualitativa de investigación social, que cuando se trata de un grupo de trabajo; a su vez, los grupos de trabajo adquieren condiciones sociales y cognitivas muy diversas según los efectos que social o cognitivamente se esperen de la discusión: toma de decisiones socialmente vinculantes (por ejemplo, una reunión formal de departamento universitario sobre distribución de tareas), o toma de decisiones psicológicamente vinculantes (por ejemplo, grupo terapéutico para dejar de fumar). Tampoco se dan los mismos formatos según las situaciones; por ejemplo, en los relatos mediáticos, los formatos son muy diversos según se trate, por ejemplo, de publicidad, de espectáculos o de información de actualidad, hasta el punto de que cualquier individuo adulto de nuestras sociedades dispone de un capital de socio esquemas cognitivos en virtud de los cuales discrimina variables en los flujos mediáticos(v.o. de la TV) que le permiten, con una velocidad vertiginosa cuando “zapatea” con el telemando, poner en juego creencias y teorías de la mente gracias a las cuales atribuye sentidos a lo que aparece en pantalla: “quieren que conozca y sienta la necesidad de comprar un producto” (caso de la publicidad), o “quieren de conozca y valore un acontecimiento ocurrido en mi entorno social” (caso de un informativo), o “quieren que contemple y sienta alguna emoción al ver lo que son capaces de hacer personajes reales (deportistas, músicos, etc.) de un espectáculo, o personajes de ficción en un escenario construido ad hoc” (caso de los programas de entretenimiento),etc. (cfr. Piñuel & García-Lomas, 2001)<sup>10</sup>.

---

<sup>10</sup>Piñuel & García-Lomas, 2001

## **1.8.- PRODUCTOS SINGULARES**

En análisis de contenido, concretamente, pueden ser objetos del estudio productos singulares de comunicación social, ya hayan sido obtenidos de procesos generales de comunicación (por ejemplo, ejemplares de periódicos impresos y distribuidos, o informativos emitidos y grabados en Medios de Comunicación de Masas –MCM), y/o recabados de sistemas particulares de comunicación (por ejemplo, los “comunicados de prensa” efectivamente distribuidos y los publicados y/o citados según los “medios”, en interés de una organización); ahora bien, productos singulares pueden ser objetos del estudio sólo si son refutables para el diagnóstico etiológico y/o prospectivo de los procesos comunicativos a que pertenecen. De lo contrario, pierden su refutabilidad. Este hecho está en la base de las operaciones lógicas y estadísticas de selección muestral: el objeto de estudio es el que marca cuál es el universo del que los productos singulares pueden ser representativos o no serlo<sup>11</sup>.

## **1.9.- EL ANÁLISIS DE CONTENIDO, NATURALEZA DEL DISCURSO**

El Análisis de Contenido ofrece la posibilidad de investigar sobre la naturaleza del discurso. Es un procedimiento que permite analizar y cuantificar los materiales de la comunicación humana. En general, puede analizarse con detalle y profundidad el contenido de cualquier comunicación: en código lingüístico oral, icónico, gestual, gestual signado, etc y sea cual fuere el número de personas implicadas en la comunicación (una persona, diálogo, grupo restringido, comunicación de masas...), pudiendo emplear cualquier instrumento de compendio de datos como, por ejemplo, agendas, diarios, cartas, cuestionarios, encuestas, test proyectivos, libros, anuncios, entrevistas, radio, televisión... (HOLSTI: 1968)<sup>12</sup>.

---

<sup>11</sup>José Luis Piñuel Raigada. Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido; 2002; Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Sociología IV, Facultad Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, ciudad universitaria, s/n 28040- Madrid, Spain; pinuel@accinf.uem.es; [https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-07-29-Pinuel\\_Raigada\\_AnalisisContenido\\_2002\\_EstudiosSociolingüísticaUVigo.pdf](https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-07-29-Pinuel_Raigada_AnalisisContenido_2002_EstudiosSociolingüísticaUVigo.pdf)

<sup>12</sup> (HOLSTI: 1968)

“En los últimos años esta técnica ha abandonado los límites de los medios de comunicación y se utiliza en marcos cada vez más variados, desde el contenido de las producciones personales como técnica auxiliar al análisis de datos obtenidos, a través de encuestas, entrevistas, registros de observación, etc.”.(PÉREZ SERRANO, 1993:133)<sup>13</sup>.

Krippendorff (1980:28)<sup>14</sup>, define el Análisis de Contenido como “la técnica destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a un contexto”.

Esta técnica, según el autor mencionado, sitúa al investigador respecto de la realidad en una triple perspectiva:

- Los datos tal y como se comunican al analista.
- El contexto de los datos.
- La forma en que el conocimiento del analista obliga a dividir la realidad.

El “Análisis de Contenido” se configura, como una técnica objetiva, sistemática, cualitativa y cuantitativa que trabaja con materiales representativos, marcada por la exhaustividad y con posibilidades de generalización. Esto significa:

- ✓ OBJETIVA: Emplea procedimientos de análisis que pueden ser reproducidos por otras investigaciones de modo que los resultados obtenidos sean susceptibles de verificación por otros estudios distintos.
- ✓ SISTEMÁTICA: Exige la sujeción del análisis a unas pautas objetivas determinadas.
- ✓ CUANTITATIVA: Mide la frecuencia de aparición de ciertas características de contenido y obtiene datos descriptivos por medio de un método estadístico.

---

<sup>13</sup> .”(PÉREZ SERRANO, 1993:133)

<sup>14</sup> Krippendorff (1980:28)

- ✓ CUALITATIVA: Detecta la presencia y ausencia de una característica del contenido y hace recuento de datos secundarios referidos a fenómenos a los que siempre es posible hacer referencia.
- ✓ REPRESENTATIVA: Selecciona materiales y la presencia de categorías en los mismos que aparecen en número suficiente para justificar el recuento.
- ✓ EXHAUSTIVA: Una vez definido su objeto no puede olvidarse nada de él.
- ✓ GENERALIZACIÓN: Tiene unas hipótesis que debe probar de cara a extraer conclusiones en una investigación.

Siguiendo a Bartolomé, M. (1981:251)<sup>15</sup>, el “Análisis de Contenido” debe evitar caer desde un principio en tres fuentes de error importantes:

- a) Extraer la palabra de su contexto.
- b) Arbitrariedad subjetiva en la categorización.
- c) Otorgar primacía a lo cuantitativo sobre lo cualitativo en la interpretación de los resultados.

### **1.10.- ANTECEDENTES HISTÓRICOS**

Las indagaciones empíricas sobre el contenido de las comunicaciones se remontan a los estudios teológicos de fines del siglo XVII, cuando la Iglesia estaba inquieta por la difusión de los temas de índole no religiosa a través de los periódicos. A partir de entonces fueron ganando terreno en numerosas esferas.

Krippendorff (1990: 15)<sup>16</sup> en el capítulo primero de su obra organiza un recorrido a través del cual podemos acercarnos a los principales estudios que, metodológicamente utilizan el análisis de contenido. El primer caso bien documentado de análisis cuantitativo de material impreso, tuvo lugar en Suecia

---

<sup>15</sup> Bartolomé, M. (1981:251)

<sup>16</sup> Krippendorff (1990: 15)

en el siglo XVIII. DOVRING (1954-1955)<sup>17</sup> describió este episodio, incluido en una colección de noventa himnos de autor desconocido, titulada Los cantos de Sion. LOEBL (1903) publicó en alemán un elaborado esquema clasificatorio para el análisis de la “estructura interna del contenido” de acuerdo con las funciones sociales que desempeñan los periódicos. Su libro adquirió celebridad en los círculos periodísticos, pero no estimuló investigaciones empíricas posteriores<sup>18</sup>.

En la primera reunión de la Sociedad Sociológica Alemana, en 1910, MAX WEBER (1911)<sup>19</sup> propuso llevar a cabo un amplio análisis de contenido de los medios de prensa, pero, por una variedad de razones, el estudio no pudo llevarse a la práctica. Por esa época MARKOV (1913) trabajaba en una teoría sobre las cadenas de símbolos, y publicó un análisis estadístico de una muestra extraída de la novela en verso de Pushkin, Eugenio Onegin. En su mayoría, estas investigaciones fueron descubiertas sólo muy recientemente, o bien influyeron de manera indirecta en la bibliografía sobre el análisis de contenido.

En una primera fase, los principales estudios que utilizan el Análisis de Contenido como metodología de trabajo están ligados al análisis cuantitativo de periódicos y, en su mayoría, surgen hacia fines del siglo pasado en Estados Unidos cuando aumenta la producción masiva de material impreso. Así, podemos nombrar los estudios de SPEED (1893), MATHEWS (1910), STREET (1909), WILCOX (1900), FENTON (1910), WHITE (1924), ALBIG (1938).

La segunda fase del desarrollo intelectual del análisis de contenido fue la consecuencia, como mínimo de tres factores. En primer lugar los nuevos y poderosos medios electrónicos de comunicación ya no podían considerarse una mera extensión del periódico. En segundo lugar, en el período posterior a la crisis económica surgieron numerosos problemas sociales y políticos respecto de los cuales se suponía que los nuevos medios de comunicación de masas habían desempeñado un papel causal. En tercer lugar, debe mencionarse la aparición de los métodos empíricos de investigación en las ciencias sociales. Así, fueron surgiendo distintas investigaciones en el ámbito de la sociología, la psicología, la

---

<sup>17</sup> DOVRING (1954-1955)

<sup>18</sup> Laurence Bardin en su obra Análisis de contenido.

<sup>19</sup> MAX WEBER (1911)

ciencia política. Los rasgos que distinguen los primeros análisis de contenido del análisis cuantitativo de los periódicos son los siguientes:

- I. Muchos científicos sociales se incorporaron a esta evolución proporcionando ricos marcos teóricos;
- II. Se definieron y reconocieron en los datos correspondientes, conceptos bastante específicos, como los de actitud, estereotipo, estilo, símbolo, valor, etc.;
- III. Se aplicaron al análisis herramientas estadísticas más perfectas, especialmente las procedentes de la investigación mediante encuestas; y
- IV. Los datos provenientes del análisis de contenido pasaron a formar parte de trabajos de investigación de mayor envergadura.

El análisis de contenido recibió un gran impulso gracias a la que probablemente fue su primera aplicación práctica de envergadura durante la segunda guerra mundial y esta fue, el análisis de la propaganda.

Después de la Segunda Guerra Mundial, el análisis de contenido se amplió a numerosas disciplinas. Algunos de los mayores proyectos de investigación estaban relacionados con los medios de comunicación públicos. Posteriormente la psicología, la historia y educación suman su atención al análisis de contenido como metodología para las investigaciones.

Es a partir de la década del '50 cuando se produjo un considerable aumento de las investigaciones utilizando el análisis de contenido por ordenador. Llegando a la actualidad, donde podemos afirmar que esta metodología es una herramienta que muchos investigadores tienen en cuenta para sus investigaciones. Así, podemos citar que distintas disciplinas han elaborado sus últimos estudios utilizando el Análisis de Contenido (Investigaciones, Tesis Doctorales, Publicaciones, Ponencias y Comunicaciones en Congresos son algunos de estos casos).

Se puede afirmar que “el análisis de contenido ha llegado a ser un método científico capaz de ofrecer inferencias a partir de datos esencialmente verbales, simbólicos o comunicativos. Más allá de su continuo compromiso con cuestiones psicológicas, sociológicas y políticas sustanciales, en los últimos ochenta años ha aumentado de forma exponencial el interés por el uso de esta técnica y se ha procurado establecer criterios adecuados de validez. Consideramos que esto indica una madurez cada vez mayor”. (KRIPPENDORF: 1990, 27)<sup>20</sup>.

### **1.11.- PROCEDIMIENTO A SEGUIR EN EL ANÁLISIS DE CONTENIDO**

Los pasos a seguir en el examen de los datos hasta obtener su interpretación, siguen los procedimientos analíticos del modelo de investigación elegido:

#### **1.11.1.- Objetivos, universo, documentos**

Aquí ubicamos las cuatro primeras fases del procedimiento a seguir en el Análisis de Contenido:

1° Fase: Determinar los objetivos que se pretenden alcanzar.

2° Fase: Definición del universo que se pretende estudiar.

3° Fase: Elección de documentos: El cuerpo de unidades de contenido seleccionado.

4° Fase: Definición de las finalidades centrales que persigue la investigación.

#### **1.11.2.- Unidades de análisis y reglas de recuento**

En este apartado explicamos las fases 5° y 6° del “Análisis de Contenido”:

5° Fase: Elaboración de indicadores o definición de unidades de análisis: Constituyen los núcleos de significado propio que serán objeto de estudio para su clasificación y recuento. Se pueden diferenciar las siguientes:

---

<sup>20</sup> KRIPPENDORF: 1990, 27)



- a. UNIDADES GENÉRICAS: son las unidades de observación genérica. A partir de allí el material debe ser estudiado en una unidad genérica para medir la frecuencia de los conceptos definidos.
- b. UNIDADES DE CONTEXTO: es el mayor cuerpo de contenido y sirve para captar el significado de la unidad de registro.
- c. UNIDADES DE REGISTRO: Es la sección más pequeña del texto que hace referencia a una categoría. Son unidades base con miras a la codificación y al recuento frecuencial.

No existen criterios claros de distinción de unidades de registro por lo que éstas pueden ser muy variadas: el mensaje, el personaje... En cualquier caso se han de codificar las significaciones interesantes cuyo criterio viene marcado por los objetivos de análisis.

6° Fase: Reglas de numeración o recuento: Se refiere a la forma de contar las unidades de registro codificadas, Se conocen las siguientes reglas de enumeración:

- La presencia o ausencia de un determinado código.
- La frecuencia. Es la más utilizada en investigaciones de este tipo y se refiere al número de veces que aparece un código determinado o unidad de registro.
- La frecuencia ponderada: Si se supone que la presencia de un código tiene más importancia que la de otro, se puede proceder a una ponderación que se establecerá a priori.
- Intensidad. Los grados en la aparición de un código y la afectación de una nota diferente, según la modalidad de expresión.

- La contingencia. Entendida como la presencia, en el mismo momento de dos o más códigos en una unidad de contexto.
- El orden de aparición de los códigos.
- Densidad de un texto. Es la suma de frecuencias de todos los códigos hallados dividido por la suma total de todas las palabras y multiplicado por cien.
- Nivel de concentración. Número de códigos diferentes divididos por la suma de frecuencias de todos los códigos y multiplicados por cien.

Otras reglas de recuento que se han considerado son:

- La frecuencia valorativa, que se refiere a la suma total de unidades de registro.
- La frecuencia proporcional o porcentajes de frecuencia. Se refiere a la frecuencia de cada código expresada en porcentajes.
- La distribución de frecuencias. Se refiere a como se reparte la frecuencia total entre todas las categorías.

### **1.11.3.- La Categorización**

Desarrollamos aquí el proceso de categorización que corresponde a la Fase 7° del “Análisis de Contenido”.

7° Fase: La categorización: Consiste en la operación de clasificar los elementos de un conjunto a partir de ciertos criterios previamente definidos. La categorización no es una tarea mecánica, ya que los términos pueden no hacer referencia a los significados que a primera vista expresan o manifiestan, sino estar fuertemente matizados por el contexto.

La categorización es un proceso que requiere tres operaciones:

1° OPERACIÓN: La Clasificación de las unidades de significado asignado a cada unidad de registro para establecer una cierta organización de los mensajes. El resultado de esta operación es la elaboración de un sistema de categorías.

2° OPERACIÓN: La codificación como tarea de asignación de códigos a cada categoría del sistema anterior, para poder clasificar las unidades de registro de los documentos a analizar, clasificando de esta forma el material escrito para su posterior descripción e interpretación.

3° OPERACIÓN: El inventario en el que se aíslan las unidades de significado dando contenido empírico a las categorías del sistema.

#### **1.11.4.- La clasificación**

El primer momento de la categorización consiste en una operación de clasificación y diferenciación de los elementos de un conjunto a partir de criterios previamente establecidos en un sistema de categorías.

#### **1.11.5.- Preanálisis**

Como plantea L. BARDIN, se trata de una fase que “corresponde a un período de intuiciones. Pero tiene como objetivo la operacionalización y la sistematización de las ideas de partida para poder llegar a un sistema preciso de desarrollo de las operaciones sucesivas, a un plan de análisis”<sup>21</sup>

Se trata de realizar una lectura superficial del material (a veces sólo hojearlo, organizarlo, controlarlo) y llevar a cabo una primera aproximación a los indicadores en los que se apoyará la investigación. Significará una preparación del propio investigador frente al material seleccionado. Generalmente esta primera fase tiene tres misiones: la elección de los documentos que van a

---

<sup>21</sup> BARDIN, L. Análisis de contenido..., p. 71 y ss.

someter a análisis, la formulación de las hipótesis y de los objetivos, la elaboración de los indicadores en que se apoyará la interpretación terminal. Estas tres actividades no se encuentran obligatoriamente en sucesión cronológica, sino muy ligadas unas a otras: la elección de los documentos depende de los objetivos, o a la inversa, el objetivo sólo será posible en función de los documentos disponibles; los indicadores se construirán en función de las hipótesis o, por el contrario, las hipótesis se fundarán en la presencia de ciertos indicios. El análisis se dirige a la organización, pero él mismo está compuesto de actividades no estructuradas, “abiertas”, por oposición a la explotación sistemática de los documentos.

- I. La lectura superficial. La primera actividad consiste en entrar en contacto con los documentos de análisis, entablar conocimiento dejando que se sucedan las impresiones, las orientaciones. Es lo que puede llamarse fase de lectura “superficial”, por analogía con la actitud del psicoanalista. Poco a poco, la lectura se hace más precisa en función de hipótesis emergentes, de la proyección sobre el material de teorías adoptadas, de la posible aplicación de técnicas utilizadas con materiales análogos.
- II. La elección de los documentos. El universo de los documentos de análisis puede estar dado a priori. Determinado el universo (el género de documentos sobre los que se puede efectuar el análisis) a menudo es necesario proceder a la constitución de un corpus. El corpus es el conjunto de los documentos tenidos en cuenta para ser sometidos a los procedimientos analíticos. Su constitución implica a menudo elecciones, selecciones y reglas. Las reglas principales son las de la exhaustividad, representatividad, homogeneidad y pertinencia.
- III. La formulación de las hipótesis y de los objetivos. Una hipótesis es una afirmación provisional que se pretende verificar (confirmar o rechazar) recurriendo a procedimientos de análisis. Es una suposición cuyo origen está en la intuición, y que queda en suspenso en tanto que no ha sido sometida a la prueba de datos seguros. El objetivo es la intención general

que se le da (o que le es dada por una instancia exterior), el cuadro teórico y/o pragmático en el que serán utilizados los resultados obtenidos.

En el pre análisis, no siempre están establecidas las hipótesis. Por otra parte, no es necesario tener un corpus de hipótesis para proceder al análisis. En muchos casos, las hipótesis implícitas orientan insidiosamente el trabajo del analista. De ahí la necesidad de actualizar y, en la prueba de los hechos, las tomas de posición latentes susceptibles de introducir sesgos en los procedimientos y en los resultados. Formular hipótesis consiste muy a menudo en explicitar y precisar direcciones y dimensiones de análisis que actúan, pese a todo en el proceso.

- IV. La señalización de los índices y la elaboración de los indicadores. Si se considera a los textos como una manifestación portadora de índices que el análisis va a hacer hablar, el trabajo preparatorio será la elección de éstos y su organización sistemática en indicadores. Elegidos los índices se procede a la construcción de indicadores precisos y fiables. En el pre análisis hay que determinar las operaciones de delimitación del texto en unidades comparables, de categorización para el análisis temático, de modalidad de codificación para el registro de los datos.
- V. La preparación del material. Antes del análisis propiamente dicho, debe ser preparado el material reunido. Se trata de una preparación material y, eventualmente, de una preparación formal.

#### **1.11.6.- Exploración del material:**

Las pautas establecidas para el tratamiento de los datos por distintos autores, tales como WOODS (1977), TAYLOR Y BODGAN (1986), BARDIN (1986) así como STRAUSS (1988), plantean diferencias poco significativas en el desarrollo del proceso de inducción analítica. Guiados por las características de los materiales disponibles, seguiremos los siguientes pasos:

1. Desarrollo de categorías de codificación: Consistirá en un proceso de clasificación de datos en torno a ideas, temas y conceptos que irán emergiendo de la lectura del propio material de estudio. La identificación

de las categorías emergentes es un proceso relacionado no sólo con el material de análisis sino con la formación y el propio marco teórico de la investigación.

Tratar el material es codificarlo. La codificación corresponde a una transformación – efectuada según reglas precisas- de los datos brutos del texto. Transformación que por descomposición, agregación y enumeración permite desembocar en una representación del contenido, o de su expresión, susceptible de ilustrar al analista sobre las características del texto que pueden servir de índices, o como dice Holsti “la codificación es el proceso por el que los datos brutos son transformados sistemáticamente y agregados en unidades que permiten una descripción precisa de las características pertinentes del contenido”<sup>22</sup>.

La organización de la codificación comprende tres apartados, en caso de un análisis cuantitativo y categorial: la descomposición (elección de las unidades), la enumeración (elección de reglas de recuento) y la clasificación (elección de las categorías).

Las características básicas que permiten cumplir su función de elementos de clasificación y organización de la información, son:

- La exclusión mutua, no siempre posible (a veces un mismo dato puede pertenecer a más de una categoría y como tal debe ser tenido en cuenta).
- La homogeneidad.
- La pertinencia. (Adecuación a las intenciones de la búsqueda).
- La productividad (posibilidad de proporcionar índices de inferencia).

La cuestión fundamental a resolver en este punto será la de los elementos del texto que hay que tomar en cuenta y la manera de descomponerlo en elementos

---

<sup>22</sup> O.R. HOLSTI. (1969) Content Analysis for the Social Sciences sand Humanities

acabados. La elección de unidades de registro y de contexto debe responder de manera pertinente. De manera que encontramos:

- La unidad de registro: Es la unidad de significación que se ha de codificar. Corresponde al segmento de contenido que será necesario considerar como unidad de base con miras a la categorización y al recuento frecuencial. La unidad de registro puede ser de naturaleza y tamaño muy variables. Reina una cierta ambigüedad en cuanto a los criterios de distinción de las unidades de registro. En efecto, ciertas limitaciones se hacen a nivel semántico, por ejemplo el “tema”, mientras que otras se hacen a nivel aparentemente lingüístico, por ejemplo, la “palabra” o la “frase”. El criterio de descomposición en el análisis de contenido es siempre de orden semántico, si bien existe a veces una correspondencia con las unidades formales (ejemplos: palabra y palabra tema, frase y unidad significativa).
- La unidad de contexto: Sirve de unidad de comprensión para codificar la unidad de registro. Corresponde al segmento del mensaje cuyo tamaño (superior a la unidad de registro) es óptimo para captar la significación exacta de la unidad de registro. Esto es lo que, por ejemplo, puede ser la frase para la palabra, el párrafo para el tema. En la determinación del tamaño de la unidad de contexto rigen dos criterios: el coste y la pertinencia. Es evidente que una unidad de contexto amplia exige una relectura más larga del medio. Por otra parte, existe un óptimo a nivel del sentido: si es demasiado pequeña o demasiado grande, la unidad de contexto ya no se adapta y entonces resultan determinantes el tipo de material y el cuadro teórico. En cualquier caso, es posible testar las unidades de registro y de contexto con pequeñas muestras a fin de tener seguridad de estar operando con los instrumentos más adecuados.
- Enumeración: Realizado el trabajo de codificación de todos los datos y separados los datos pertenecientes a las distintas categorías, realizaremos un concienzudo trabajo de cuantificación utilizando cálculos de frecuencia. Ello aportará información sobre el peso de cada una de las categorías

establecidas, facilitando la detección de los rasgos más sobresalientes. En el marco de las reglas de enumeración, hay que distinguir entre unidad de registro (lo que se cuenta) y regla de enumeración (la manera de contar).

2. Desarrollo de tipologías y categorías centrales: Catalogados y enumerados los datos, llevaremos a cabo un proceso de comparación sistemática de las categorías en que han sido integrados. De este modo, se pueden establecer relaciones que propiciarán el inicio del proceso de comprensión de las mismas. A partir de aquí surgirán categorías centrales que aglutinarán las categorías de segundo orden y facilitarán la interpretación en torno a determinados ejes de contenidos.

La categorización es una operación de clasificación de elementos constitutivos de un conjunto por diferenciación, tras la agrupación por género (analogía), a partir de criterios previamente definidos. Las categorías son secciones o clases que reúnen un grupo de elementos (unidades de registro en el caso del análisis de contenido) bajo un título genérico, reunión efectuada en razón de los caracteres comunes de estos elementos. El criterio de categorización puede ser semántico (categorías temáticas), sintáctico, léxico, expresivo.

La categorización es un proceso de tipo estructuralista. Comporta dos etapas:

- El inventario: aislar los elementos.
- La clasificación: distribuir los elementos, y consiguientemente buscar o imponer a los mensajes una cierta organización.
- Determinación de pautas emergentes: De las relaciones que vinculan esos ejes de contenidos, irá emergiendo una especie de radiografía de las ideas fundamentales contenidas en el material investigado. Son esbozos generales del fenómeno que permitirá una primera aproximación interpretativa.



- Comparación de los resultados obtenidos: Se hace necesaria la comparación de las principales ideas obtenidas en el análisis teórico y en el práctico. De este modo, podremos averiguar las analogías y diferencias que aparecen en la descripción y valoración de la realidad en lugares distintos y a través de diferentes fuentes.

#### **1.11.7.- La codificación**

Se refiere a la asignación de un símbolo o código, a cada una de las categorías. En un sentido más amplio, codificar para analizar la información cualitativa (documentos) supone un método de clasificación de la información que posee tres características fundamentales: (ARROYO, 1998: 285)

- a. Un conjunto de dos o más categorías para estudiar un fenómeno de forma que sea significativo para el problema que se va a resolver. O sea, un sistema de categorías que ya ha sido presentado.
- b. Un conjunto de reglas o normas para asignar los fenómenos estudiados a las diferentes categorías. Es decir, la definición operativa de cada una de las categorías para poder asignar de forma inequívoca los códigos a las unidades de registro identificadas en el material escrito. La definición de criterios para la codificación del material figura en las páginas siguientes junto al inventario de conceptos de cada modelo a analizar.
- c. La última característica de la codificación se refiere a los códigos. En sí mismos estos serán eficaces en las medidas en que las categorías que representen sean excluyentes y las reglas sirvan para asignar de forma consistente y sin ambigüedad, un fenómeno a una categoría y sólo a una.

#### **1.11.8.- El inventario**

Está formado por las unidades de significado que conforman el contenido de las categorías de valor y antivalor. Son términos y/o expresiones genéricas o concretas que reflejan el significado de cada una de las categorías de valor y antivalor en los sujetos del total de las muestras seleccionadas.

### **1.11.9.- Exploración, fiabilidad y validez**

Este apartado explica cómo se ha realizado la exploración de los documentos y cuales han sido los controles de validez y fiabilidad del proceso de análisis:

8° Fase: Exploración del material: Luego de haber fijado las categorías y definidas las unidades es necesario reconocer objetivamente la presencia o ausencia de las categorías en los documentos seleccionados. En función de los criterios previamente definidos, codificamos el material escrito. Esta operación requiere el dominio de las siguientes habilidades (ARROYO: 1998, 293):

- Identificar unidades de registro de acuerdo a los criterios establecidos.
- Asociar el significado de las unidades de registro con las unidades de significación de valor y antivalor clasificadas a tal efecto en el inventario.
- Asignar el código de la categoría correspondiente a las unidades de registro, por lo que este proceso o fase, recibe el nombre de codificación del material.

9° Fase: La fiabilidad y validez. Es una característica básica que han de poseer todos los métodos. En el análisis de contenido, la fiabilidad se estima calculando el porcentaje de veces que varios codificadores independientes coinciden cuando codifican el mismo material. En nuestro caso, el material fue codificado dos veces por el mismo codificador, contrastando sus percepciones y dificultades de interpretación con expertos y arribando a un porcentaje de acuerdo en la asignación de códigos e identificación de unidades de registro.

En la revisión pretendemos valorar si las categorías reúnen las siguientes características:

- I. Exhaustividad: Agotar el contenido de la totalidad de los documentos.

- II. Exclusión mutua: Unidad de registro, puesto que, no puede pertenecer a varias categorías.
- III. Homogeneidad: Definición de las categorías que deben estar efectuadas de acuerdo a un mismo principio de clasificación.
- IV. Pertinencia: Adaptación al material de análisis seleccionado y perteneciente al cuadro teórico elegido, y que será considerado pertinente.
- V. Objetividad y fidelidad: Sometida a varios analistas, trozos de un mismo material
- VI. aplicado a la misma plantilla de categorías, deberán estar codificados de la misma manera.
- VII. Productividad: Un conjunto de categorías es productivo si proporciona resultados ricos, tanto en índices de inferencia como en nuevas hipótesis.

“Una confusión general, en lo referente a la fiabilidad de las observaciones, es la identificación de este concepto con los coeficientes de concordancia de los observadores”. (BUENDÍA: 1998, 191)<sup>23</sup>.

#### **1.11.10.- Reducción de los datos:**

Esta es la fase en la cual se llevan a cabo las operaciones estadísticas, la síntesis y selección de los resultados para realizar, posteriormente las interpretaciones que den lugar a una serie de conclusiones, teniendo en cuenta siempre el Marco Teórico que hemos elaborado. Por ello es necesario diferenciar:

- La descripción: Consiste en enumerar las características del documento en relación a la frecuencia de aparición de las distintas categorías de valor y antivalor expresadas en porcentajes.

---

<sup>23</sup> (BUENDÍA: 1998, 191

- La inferencia: Es el paso de la descripción, la interpretación y la comparación.
- La interpretación: Significado axiológico de las frecuencias de códigos descritos. Los porcentajes de frecuencias de cada categoría de valor y antivalor ordenados, de mayor a menor, para establecer contrastes y regularidades, semejanzas y diferencias, entre los valores y antivalores que aparezcan en el análisis.
- Conclusiones: Para la consecución de los objetivos de la investigación.

#### **1.11.11.- Interpretación. Consolidación teórica:**

Las ideas fundamentales que obtendremos se emplearán para generar las explicaciones. Se relacionan los datos obtenidos con otros trabajos o estudios y con marcos analíticos más generales, dentro de los que cobran sentido los datos estudiados. De esta manera se intenta integrar los hallazgos obtenidos dentro de áreas de interés más amplias.

De todas formas, el diálogo entre datos y marco teórico está presente durante todo el proceso. A nuestro entender, es absurdo pretender apartar nuestras propias creencias hasta el final.

## **1.2.- LA ORTOGRAFÍA PERIODÍSTICA**

### **El uso correcto del idioma castellano**

Todos hemos estudiado gramática alguna vez, pero aquello se olvida porque aquel estudio se reducía a un conjunto de reglas muertas, frías sin vida. No obstante no podemos prescindir en absoluto de las reglas, pero es preciso recordarlas y poner en práctica.

Es verdad que se puede escribir bien sin conocer apenas las reglas gramaticales, sin haberlas estudiado; pero lo que sucede en estos casos es que muchas reglas se conocen sin saberlo, es posible que no se estudiara nunca tales reglas en un

manual pero también es verdad que a fuerza de mucho leer a los buenos escritores, el buen uso del lenguaje se aprende sin darse uno cuenta.

El escritor necesita conocer lo más perfectamente posible los útiles de su trabajo como son las palabras, el lenguaje; similarmente como el pintor necesita conocer el dibujo, la perspectiva, el manejo de los colores, etc.; antes de lanzarse a la gran aventura de la creación sobre un lienzo.

El lenguaje es el gran instrumento de comunicación de que dispone la humanidad, es verdad que no todas las personas poseen el mismo caudal lingüístico, pero según Rafael Seco dice: “no cabe duda que las ventajas estarán de parte de aquellas en que ese caudal sea más preciso, pues todo el mundo sabe que el que consigue hacerse entender mejor, el que se expresa con mayor claridad y precisión, es dueño de recursos poderosos para abrirse camino en el trato con sus semejantes, el arte de hablar o de escribir es el arte de persuadir”

El uso del lenguaje es un fenómeno complejo; no es tan fácil como se cree el hablar o escribir con corrección.<sup>24</sup> (Torres y Quizhpi, 2010)

### **Algunas reglas gramaticales:**

**La Puntuación.-** a pesar de que la puntuación sea materia un tanto elástica, conviene tener en cuenta las reglas y adaptarlas a nuestra manera, lo que no se puede hacer en modo alguno es el de despreciarles en absoluto ya que estos pequeños signos como la coma, el punto, son intercalados en la escritura son a modo de contiguos que ayudan a nuestra mente a seguir el pensamiento del que escribe.

La puntuación tiene una base más ancha que la decisión personal, que el capricho del escritor.

---

<sup>24</sup> Torres Cynthia y Quizhpi León, Proyecto de creación de un periódico semanal para Ricaurte, Universidad politécnica salesiana, Ecuador, 2010.

La necesidad de los signos de puntuación son tan precisos como las “señales de tráfico” en una gran ciudad pues ayudan a caminar y evitan el desorden.<sup>25</sup> (Torres y Quizhpi, 2010)

**El Punto.-** se emplea al final de una oración para indicar que lo que procede forma un sentido completo, señala una pausa y entonación descendente en la última palabra pronunciada.

El punto final indica una pausa más larga ya que ha terminado de exponerse una idea completa y lo que sigue va a construir una exposición aparte.

**La Coma.-** según Amado Alonso y Enrique Ureña, la coma tiene dos usos principales:

- 1.- Separar elementos análogos de una serie, sean palabras frases u oraciones.
- 2.- Separar elementos que tienen carácter incidental dentro de la oración.

A veces el sujeto de la oración es muy largo y se separa con una coma de los otros elementos constitutivos de la oración para facilitar la “respiración” de la frase.<sup>26</sup> (Torres y Quizhpi, 2010)

**El Punto y Coma.-** sirve para separar oraciones entre cuyo sentido hay proximidad y por excepción, frases largas, semejantes en serie.

Además el punto y coma también se usa para separar períodos relacionados entre sí, pero no enlazados por una preposición o conjunción.

---

<sup>25</sup> Torres Cynthia y Quizhpi León, Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte, Universidad politécnica salesiana, Ecuador, 2010.

<sup>26</sup> Torres Cynthia y Quizhpi León, Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte, Universidad politécnica salesiana, Ecuador, 2010.

**Dos Puntos.-** señalan pausa precedida de un descenso en el tono, pero a diferencia del punto, denotan que no se terminan con ello la enunciación del pensamiento completo.

**Puntos Suspensivos.-** estos signos se deben emplear siempre que sea una impresión de duda o inseguridad la que debe darse al lector un ejemplo claro es el diálogo. Algunas reglas de los puntos suspensivos:

1. los puntos suspensivos indican interrupción en lo que se dice.
2. otras veces los puntos suspensivos están en lugar del poco admisible “etcétera”
3. También se ponen cuando se hace una pausa al ir a expresar un temor, duda o algo sorprendente.<sup>27</sup> (Torres y Quizhpi, 2010)

**Signos de Interrogación y Admiración.-** estos signos aunque sirvan de punto final no excluyen el uso los de más signos de puntuación, muy frecuentes es que vayan seguidos de una coma.

**Guiones y Paréntesis.-** en los guiones hay que distinguir el “guion menor” que sirve para indicar, al final de un renglón que una palabra no ha terminado y continúa en el siguiente.

El guion mayor o raya sirve para separar los elementos intercalados en una oración; representa un grado mayor de separación de las dos comas que encierran la oración incidental.

---

<sup>27</sup> Torres Cynthia y Quizhpi León, Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte, Universidad politécnica salesiana, Ecuador, 2010.

**Las Comillas.-** este signo ortográfico bien empleado sirve en ocasiones para destacar una palabra o una frase, pero del que no conviene abusar, ante todo por razones de estética tipográfica.

Las comilla (""") sirven para destacar una cita o una frase reproducida textualmente.<sup>28</sup> (Torres y Quizhpi, 2010)

### **Decadencia del Modo Subjuntivo**

Al momento que enumeramos las características verbales del idioma español, hay que hacer constar la decadencia del subjuntivo en los idiomas modernos, decadencia que repercute también en nuestra lengua. Recordaremos que el modo subjuntivo sirve para expresar el deseo efectivo, la posibilidad y la subordinación gramatical.

El subjuntivo español se caracteriza por la duplicidad de formas del imperfecto (amara y amase) y del pluscuamperfecto (hubiera y hubiese amado) y también por el problemático futuro hipotético (amare y hubiere amado), en lo que se refiere al imperfecto mencionaremos las diferencias entre las dos formas admitidas (leyere y leyese, cantara y cantase), son tan pequeñas que sólo preocupan a los especialistas en gramática; pues el escritos hoy utiliza una u otra forma, indiferentemente.

Del futuro hipotético (es el que expresa el hecho como circunstancial), basta reconocer su decadencia en el lenguaje actual; este tiempo es utilizado ya en la actualidad por los escritores casticistas y en el estilo burocrático.<sup>29</sup> (Torres y Quizhpi, 2010)

---

<sup>28</sup> Torres Cynthia y Quizhpi León, Proyecto de creación de un periódico semanal para Ricaurte, Universidad politécnica salesiana, Ecuador, 2010.

<sup>29</sup> Torres Cynthia y Quizhpi León, Proyecto de creación de un periódico semanal para Ricaurte, Universidad politécnica salesiana, Ecuador, 2010.



## **El gerundio correcto y el incorrecto**

El gerundio se emplea muchas veces mal, tan honda es la convicción de este hecho que ha llegado a producir otro: el que muchos realizan esforzados para eludir el gerundio al escribir, como quien se encontrase ante un paraje peligroso y prefiera dar un rodeo con tal de no transitar por él; pero el rodeo no es nunca buen procedimiento de escribir, entonces se dice que el gerundio constituye una oración subordinada de carácter adverbial.

Para poner en orden este problema del Gerundio mencionaremos los casos en que se considera el empleo de lo correcto o incorrecto, según la opinión autorizada de los gramáticos y especialistas del lenguaje:<sup>30</sup>

1. Gerundio Modal
2. Gerundio Temporal
3. Gerundio que indica acción durativa o matiz de continuidad
4. Gerundio cuya acción es inmediatamente anterior a la del verbo principal
5. Gerundio Condicional
6. Gerundio Causal
7. Gerundio Concesivo
8. Gerundio Explicativo

---

<sup>30</sup> G. Martín Vivaldi. Madrid (España), Curso de Redacción, 1976. Pág. 50

En lo que se refiere al Gerundio Incorrecto veremos como no puede ni debe escribirse, ejemplo.

“Llegó sentándose...”, porque la acción de llegar y de sentarse no pueden ser simultáneas, ni es ése un “modo” de llegar a ningún sitio.

En conclusión se dice que no se debe usar el gerundio cuando no estemos muy seguros de que su empleo es correcto pues siempre será posible recurrir a otra forma verbal; el uso del Gerundio Español será tanto más propio cuanto más predomine en él, el carácter verbal o adverbial, cuanto más atractiva y considerada en su trayectoria (aspecto durativo) sea la acción que expresa, cuanto más coexistente o inmediatamente anterior a la principal sea esa misma acción.<sup>31</sup> (Torres y Quizhpi, 2010)

### **Leísmo, Laísmo y Loísmo**

Son muchas las personas que emplean mal los pronombres personales átonos le, la y lo y es porque en vez de atender al caso gramatical, se atiende a la terminación en “o” o en “a”, del género masculino o femenino; es así que se dice LA di un empujón se refiere a una mujer, y LO di un empujón se refiere a un hombre, es así que ha surgido la denominación, y se llama “Leísmo”, “Laísmo” y “Loísmo” al empleo indebido de las formas átonas de los pronombres personales “le”, “la” y “lo”, respectivamente.

En cuanto al Leísmo empleado indebido del pronombre LE, se debe a nuestro juicio pues cuando el complemento directo es persona o cosa personificada, lleva la preposición A; no la lleva en los demás casos pues decimos “Quiero A Pedro” y no “Quiero Pedro”, en cambio escribimos “Quiero Pan” y no “Quiero A Pan”, es por eso la confusión al llevar la persona complemento directo la preposición A, parece como si fuera complemento indirecto.

---

<sup>31</sup> Torres Cynthia y Quizhpi León, Proyecto de creación de un periódico semanal para Ricaurte, Universidad politécnica salesiana, Ecuador, 2010.

Según en la actualidad, el Loísmo y el Laísmo se consideran como incorrectos, en cambio diremos que se admite el Leísmo, es decir no se admite el empleo de LO y LA por LE; pero si Le cuando debía ser LO. No obstante un Leísmo completamente inadmisibles: el que refiere el pronombre LE a cosas no personificadas.<sup>32</sup> (Torres y Quizhpi, 2010)

### **Otros escollos gramaticales**

**“Deber de” y “Deber”:** suposición y obligación. Por lo tanto deber equivale a obligación, y deber de a duda, a suposición.

**El Relativo “Cuyo” y su valor posesivo.-** para su debido empleo hay que tener en cuenta que “cuyo” procede del latín “cuius” y conserva su doble valor de relativo y posesivo (de quién, del cual, de quienes, etc.).

La Academia permite el uso de “Cuyo” cuando concierne con los vocablos “causa”, “ocasión”, “razón”, “fin”, “motivo” y otros semejantes.

El uso incorrecto de cuyo no es problema sólo de ignorantes, sino también de los escritores consagrados que suelen emplearlo mal a veces.<sup>33</sup> (Torres y Quizhpi, 2010)

### **“SINO” Y “SI NO”**

La conjunción sino se ha formado añadiendo la negación no a la condicional si: No se veía otra cosa sino (se veían) ruinas. Al suprimir por elipsis el verbo de la segunda oración, se sintió si no como una sola palabra coordinante, puesto que

---

<sup>32</sup> Torres Cynthia y Quizhpi León, Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte, Universidad politécnica salesiana, Ecuador, 2010.

<sup>33</sup> Torres Cynthia y Quizhpi León, Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte, Universidad politécnica salesiana, Ecuador, 2010.

ya no enlazaba oraciones: enlazaba sólo elementos análogos de una misma oración.

Para saber cuándo debemos escribir sino (junto) o si no (separado), inténtese colocar inmediatamente después de estas partículas la conjunción que, si la frase lo admite escríbase sino; en caso contrario dígase si no.<sup>34</sup> (Torres y Quizhpi, 2010)

### **Normas gramaticales para la redacción periodística.**

Cada vez son menos los usuarios del español que dudan sobre quién o quiénes dictan la norma de uso; no son los diccionarios, ni las gramáticas, ni los libros de ortografía; hoy en día las verdaderas guías de uso del español actual son los manuales de estilo, y la mayor parte pertenecen a los medios de comunicación, es decir, a la prensa, tanto escrita como oral; manuales que, en muchas ocasiones, están redactados o supervisados por expertos en la lengua, y en los demás casos están copiados de los primeros.

Así, pues, cualquier persona que se aproxime al estudio del español deberá tener muy en cuenta este tipo de publicaciones, en las que encontrará resueltas muchas de las dudas que se irá planteando a medida que avance en su conocimiento. Y también hay que tener en cuenta que los verdaderos maestros del español son los medios de comunicación, que se encargan de difundir los nuevos usos de la lengua.

Los medios de comunicación pueden llegar al público, cosa imposible para un ciudadano común, y por lo tanto tienen mayor responsabilidad social, ya que si el ciudadano anónimo puede hacer muy poquito, el periodista, con una columna de periódico, tiene acceso a mucha gente. Y precisamente por eso, porque llega a mucha, a muchísima gente, el periodista que comete un error en el uso de la lengua, sea por descuido o por desconocimiento de su herramienta de trabajo,

---

<sup>34</sup> Torres Cynthia y Quizhpi León, Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte, Universidad politécnica salesiana, Ecuador, 2010.

hace que ese error alcance a muchas personas que, por mimesis, por seguir un modelo que consideran válido o culto, lo repiten, y así el periodista estará contribuyendo a la propagación de errores en el uso del lenguaje. Los disparates, muchas veces casuales y meramente propios, hacen titubear a quienes no poseen el idioma con seguridad; la autoridad del periódico o de la radio no es cuestionada por la mayoría de los lectores u oyentes.

Hablaremos de la redacción que supone trasladar a la comunicación escrito todo aquello que ya sabemos hacer cuando nos expresamos oralmente, ahora partiremos de su etimología “redactar” que significa poner en orden para intentar una especie de definición; por lo que se obtiene dos cuestiones previas a la hora de entrar en la problemática de la Redacción:

1. Es saber qué mensaje se trata de producir o comunicar.
2. Plantearse el problema del destinatario, cuya elección puede determinar aspectos de Redacción y Estilo.

Si no se resuelven dichas cuestiones, difícilmente se puede aspirar a una expresión escrita eficaz, de esta forma nos situamos frente a los aspectos esenciales de la redacción que son la claridad y la construcción de la frase.<sup>35</sup> (Torres y Quizhpi, 2010)

## **La Gramática y la Sintaxis**

La base fundamental de una buena sintaxis radica en la concordancia, por lo que parece mentira que en los periódicos nos muestren cada día la incompetencia al respecto de quienes tienen por herramienta el lenguaje.<sup>36</sup> (Torres y Quizhpi, 2010)

---

<sup>35</sup> Torres Cynthia y Quizhpi León, Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte, Universidad politécnica salesiana, Ecuador, 2010.

<sup>36</sup> Torres Cynthia y Quizhpi León, Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte, Universidad politécnica salesiana, Ecuador, 2010.

## **El vocabulario del Periodista**

El vocabulario del periodista ha de ser preciso y rico, riguroso en los matices, amplio en los significados; para así encontrar la palabra atinada en cada momento.

Los Neologismos.- los mayores problemas del periodista con su vocabulario proceden de los neologismos: las palabras que se van incorporando al lenguaje. El neologismo no es intrínsecamente malo, aunque tampoco bueno sin discusión, en una ligera reflexión sobre ellos encontraremos neologismos necesarios pero también innecesarios y los peores neologismos destructivos.

Hoy en día la principal vía de entrada de neologismos en la habla del español son los medios informativos, tanto los periódicos como la radio y la televisión carecen generalmente de criterios claros que impidan el lamentable empobrecimiento de nuestra lengua que pierde palabras propias para dejar paso a expresiones ajenas.

El periodista debe ejercer la tolerancia con el neologismo en general y desencadenar la guerra sin prisioneros contra los barbarismos, es decir los neologismos que proceden de otros idiomas; además los extranjerismos operan de forma diferente en cada uno de los países latinoamericanos, y la palabra que se acepta en uno se rechaza en otro, lo que ayuda a abrir nuestro capital común; en todo estos casos el redactor buscará alternativas que pueda comprender cualquier usuario del castellano.

El periodista que se desee contribuir a que se mantenga el patrimonio común del idioma buscará siempre palabras españolas que sustituyan a las que llegan de fuera y que empobrecen nuestro propio idioma, eso no significa cerrarse ante todos los neologismos sobre todo cuanto designan ideas o cosas nuevas y suponen construcciones legítimas del castellano.

Así no se ha de extrañar que el principal aporte de neologismos en los medios de comunicación proceda de las siglas de vocablos que nacen de un conjunto de ideas o de palabras.

Pero ya se ha dicho que debemos huir de la traducción literal, fuente de palabras y expresiones que no casan en el genio de nuestro idioma, y ahí entra en juego la responsabilidad del periodista.

Quienes escriben en los periódicos no siempre han aportado a tiempo las palabras que puedan sustituir a estos extranjerismos que se citaron y que muchos se han ido introduciendo como neologismos.<sup>37</sup>

### **1.3.- DIARIO LA MAREA DE MANTA**

### **1.4.- MEDIO ALTERNATIVO**

La Marea es parte del grupo Ediasa que está conformado por medios de comunicación impresos, televisivo, radial y la web. El grupo nace con el Diario Manabita en Portoviejo el 13 de marzo de 1934 con el aporte de 15 personas lideradas por Pedro Zambrano Barcia, que se propusieron crear un medio de comunicación alternativo a los varios que por aquella época existía en Manabí.

En 1992 el nombre del periódico pasa de Diario Manabita a El Diario. En 1986 Pedro Zambrano Izaguirre, el segundo director del medio, funda Manavisión. En 1980 inaugura Radio Stéreo 90, que en 1995 pasó a llamarse Radio Líder; y desde el 2012 opera como radio Amiga. La Redacción de Ediasa publica en 1996 la primera edición web de El Diario; en el 2007 funda diario La Marea, en Manta; y en el 2010 diario Centro, en Santo Domingo de los Tsachilas.

---

<sup>37</sup> 20 Alex Grijelmo, El estilo del Periodista, edición Santillana, S.A., pág. 497-515.

#### **1.4.1.- DIARIO POPULAR**

El Diario era el periódico líder de ventas en Manabí al inicio del siglo XXI, a excepción de Manta, Montecristi y Jaramijó donde tenía la hegemonía El Mercurio editado en Manta. Pedro Zambrano Lapenta, director de Ediasa contrata a la consultora de comunicación La Máquina de Ideas, con la que había trabajado en el rediseño de El Diario, para que realice un estudio sobre la posibilidad de tener un periódico popular en Manta. El lunes 22 octubre de 2007, el día que salió al mercado La Marea en la página web de El Diario se publicó la siguiente información sobre el nuevo medio escrito: El periódico fue concebido como un diario popular con calidad, dirigido a llenar las necesidades de un nicho que no ha sido cubierto por los otros diarios que circulan en la provincia. Para realizarlo, Ediasa contrató los servicios de la empresa internacional La Máquina de Ideas, que empezó a trabajar hace más de cuatro meses en el proyecto. Carlos Echeverri, presidente de la consultora, manifestó que en ciudades en las que no hay segmentos muy grandes de población sino una clase media emprendedora se hace este tipo de diarios.

#### **1.4.2.- LA MAREA, PROTAGONISTA**

Por un concurso en agosto de este año, Ediasa y La Máquina de Ideas convocaron públicamente a los interesados en participar en un seminario internacional de periodismo que se dictó una semana en un salón facilitado por la Facultad de Ciencias Informáticas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Allí se seleccionó a un grupo de personas para que incursionaran en la propuesta. La Marea arranca con doce periodistas, un fotógrafo y un equipo de diseñadores, técnicos y correctores de textos. Freddy Solórzano, editor del periódico, señaló que en La Marea la protagonista de las noticias será la comunidad. “Se contará los problemas típicos de los barrios populares, se hablará de su gente, sus héroes, los protagonistas mismos de cada hecho”, manifestó. Será un diario popular en el que no se explotará el sensacionalismo de los sucesos sino el drama que viven quienes perdieron un ser querido o los que sufren en carne propia los efectos de las medidas.



### **1.4.3.- DESARROLLO DE MANTA**

Manuel Chamba, gerente general de Ediasa, mencionó que la propuesta surgió del desarrollo que ha experimentado Manta y de las necesidades que tiene su población. El periódico empezó con un tiraje de tres mil ejemplares y 24 páginas y un precio de 25 centavos. Durante siete meses sólo se publicó de lunes a sábado, pero cuando creció la circulación y la publicidad se decidió que fuera todos los días. Luego el costo subió a 30 centavos y en marzo de 2014 se decide que sea de 35 centavos, pero con 28 páginas que puede subir a 32, 36 y hasta 40 páginas dependiendo de la publicidad contratada.

### **1.4.4.- MEDIO DISTINTO**

La Marea nació para ser distinto a los periódicos que se editaban en Manabí. Y se aleja de esa descripción que dice que no es un periodismo de poder, que es cómplice, monótono, convencional, formal, reiterativo, unilateral, oscuro, interesado, propagador de medias verdades.<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> Diario La Marea, Manta, 2014.

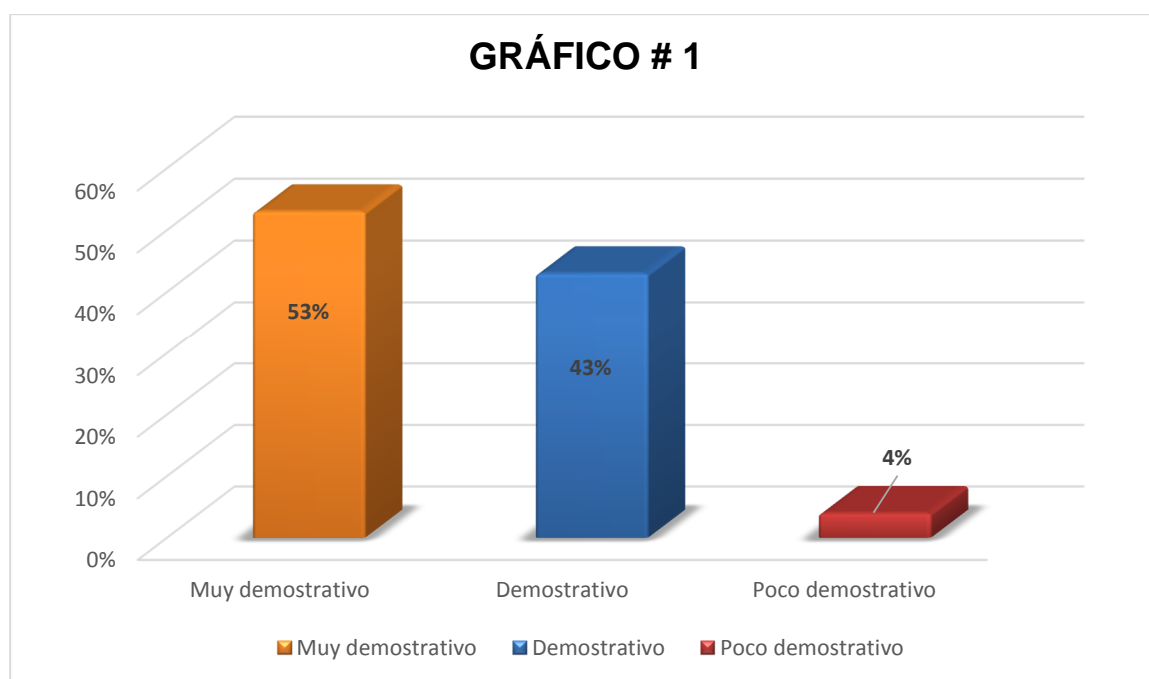
## CAPÍTULO II

### 2.- DIAGNÓSTICO O ESTUDIO DE CAMPO

#### 2.1.- ENCUESTAS REALIZADAS A LOS PERIODISTAS QUE LABORAN EN DIARIO LA MAREA DE MANTA

1 ¿De acuerdo a su criterio de que manera incidirá realizar un estudio de análisis de contenido de Diario la Marea de Manta, para analizar la ortografía periodística?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Muy demostrativo	16	53,00%
Demostrativo	13	43,00%
Poco demostrativo	1	4,00%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00%</b>



**Fuente:** Periodistas de Diario La Marea de Manta  
**Realizado por:** Sonia Maribel Delgado Lucas

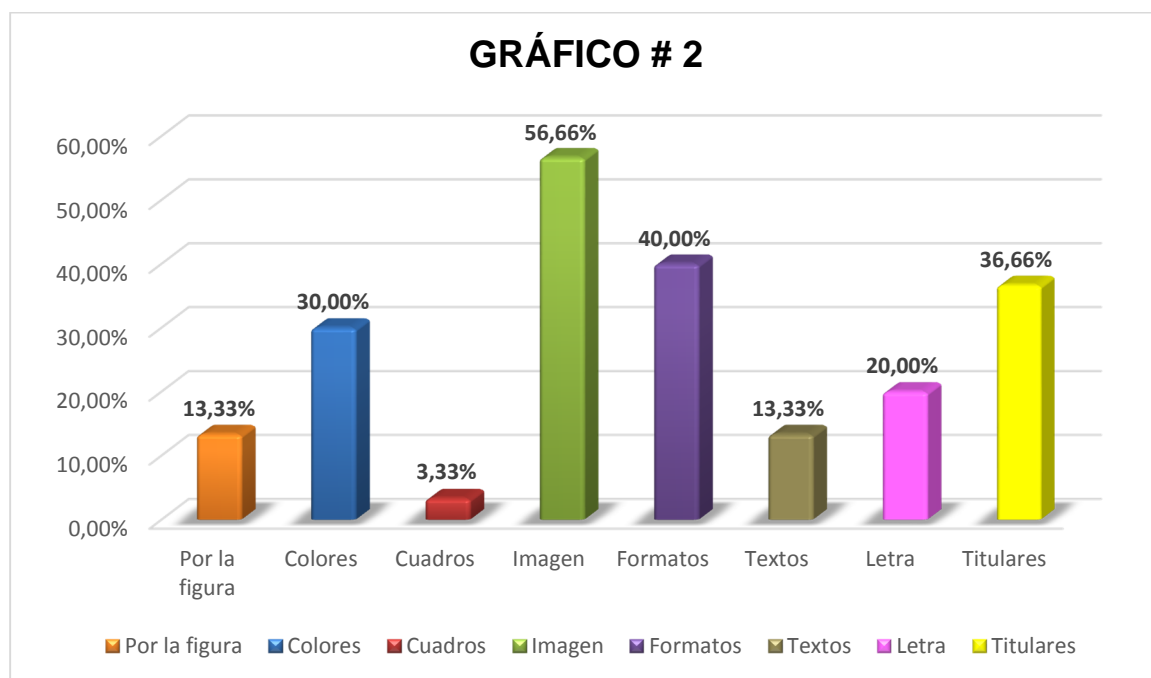
## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Los porcentajes muestran que un 53% consideran un nivel “Muy demostrativo” la incidencia de realizar un estudio de análisis de contenido de Diario La Marea de Manta; un 43% para el nivel “Demostrativo”; y un 4% en el nivel “Poco demostrativo”.

Según los resultados la incidencia de realizar un estudio de análisis de contenido de Diario La Marea de Manta incidirá muy demostrativo.

## 2 ¿Cómo identifica usted los contenidos de Diario la Marea de Manta?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Por la figura	4	13,33%
Colores	9	30,00%
Cuadros	1	3,33%
Imagen	17	56,66%
Formatos	12	40,00%
Textos	4	13,33%
Letra	6	20,00%
Titulares	11	36,66%



**Fuente:** Periodistas de Diario La Marea de Manta  
**Realizado por:** Sonia Maribel Delgado Lucas

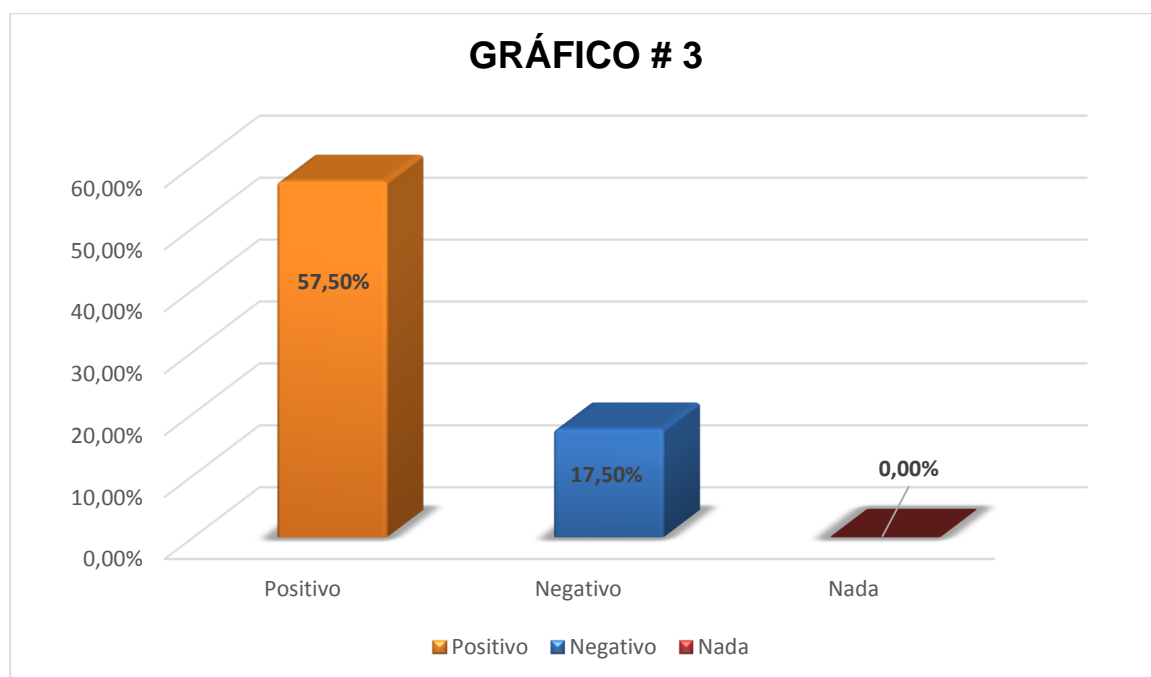
## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

La manera de identificar los contenidos de Diario La Marea de Manta son con un 13,33% “Por la figura”; siguiéndole con un 30% los “Colores”; 3,33% por “Cuadros”; 56,66% con “Imagen”; un 40% mediante los “Formatos”; 13,33% por “Textos”; 20% por la “Letra” y 36,66% por los “Titulares”.

Se evidencia que la mayoría de los encuestados identifican a los contenidos de Diario La Marea de Manta mediante la imagen, los formatos, los titulares, los colores, la letra, los textos, por la figura y por los cuadros.

**3 ¿Verifica usted por lo general si las notas informativas y géneros periodísticos están correctamente escritos y con una buena ortografía antes de su publicación?**

<b>OPCIONES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Positivo	23	57,50%
Negativo	7	17,50%
Nada	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00%</b>



**Fuente:** Periodistas de Diario La Marea de Manta  
**Realizado por:** Sonia Maribel Delgado Lucas

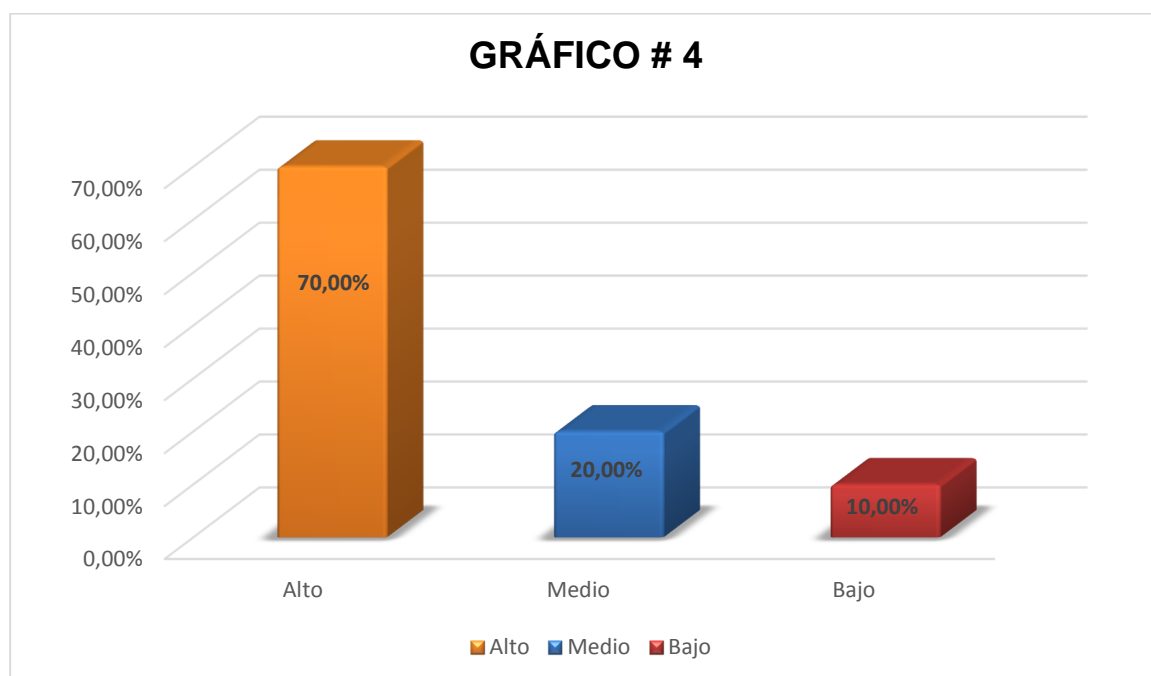
## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Los gráficos demuestran que el 57,5% de la población considera “Positivo” en verificar si las notas informativas y géneros periodísticos están correctamente escritos y con una buena ortografía antes de su publicación, mientras un 17,5% lo considera “Negativo”, en cambio un 0% lo considera “Nada”.

Por lo tanto se evidencia como positivo en verificar si las notas informativas y géneros periodísticos están correctamente escritos y con una buena ortografía antes de su publicación.

**4 ¿Considera usted que hay que aplicar una estrategia comunicacional para mejorar los contenidos y ortografía periodística que permita a Diario La Marea proyectarse positivamente en Manta?**

<b>OPCIONES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Alto	21	70,00%
Medio	6	20,00%
Bajo	3	10,00%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00%</b>



**Fuente:** Periodistas de Diario La Marea de Manta  
**Realizado por:** Sonia Maribel Delgado Lucas



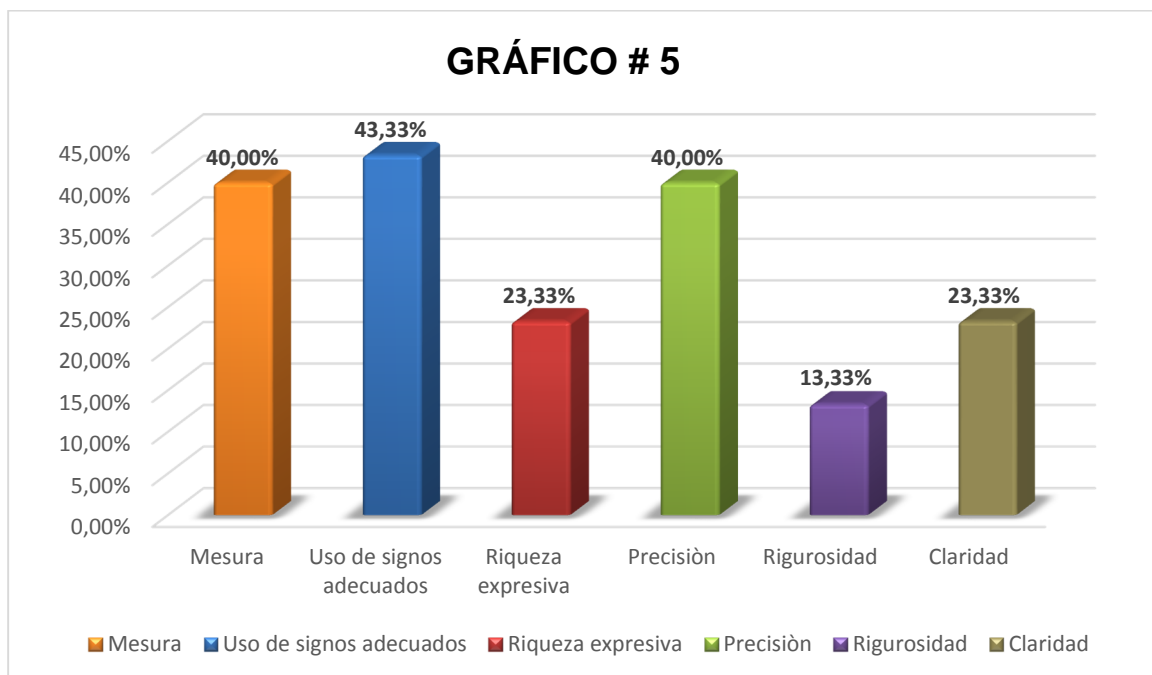
## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Un 70% considera en un nivel “Alto” que hay que aplicar una estrategia comunicacional para mejorar los contenidos y ortografía periodística que permita a Diario La Marea proyectarse positivamente en Manta; un 20% para el nivel “Medio”; y un 10% para el nivel “Bajo”.

Se muestra que hay que aplicar una estrategia comunicacional para mejorar los contenidos y ortografía periodística que permita a Diario La Marea proyectarse positivamente en Manta.

**5 ¿Señale los recursos gramaticales y de escritura que pueden utilizar los periodistas de Diario La Marea para mejorar su redacción y ortografía?**

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Mesura	12	40,00%
Uso de signos adecuados	13	43,33%
Riqueza expresiva	7	23,33%
Precisión	12	40,00%
Rigurosidad	4	13,33%
Claridad	7	23,33%



**Fuente:** Periodistas de Diario La Marea de Manta  
**Realizado por:** Sonia Maribel Delgado Lucas

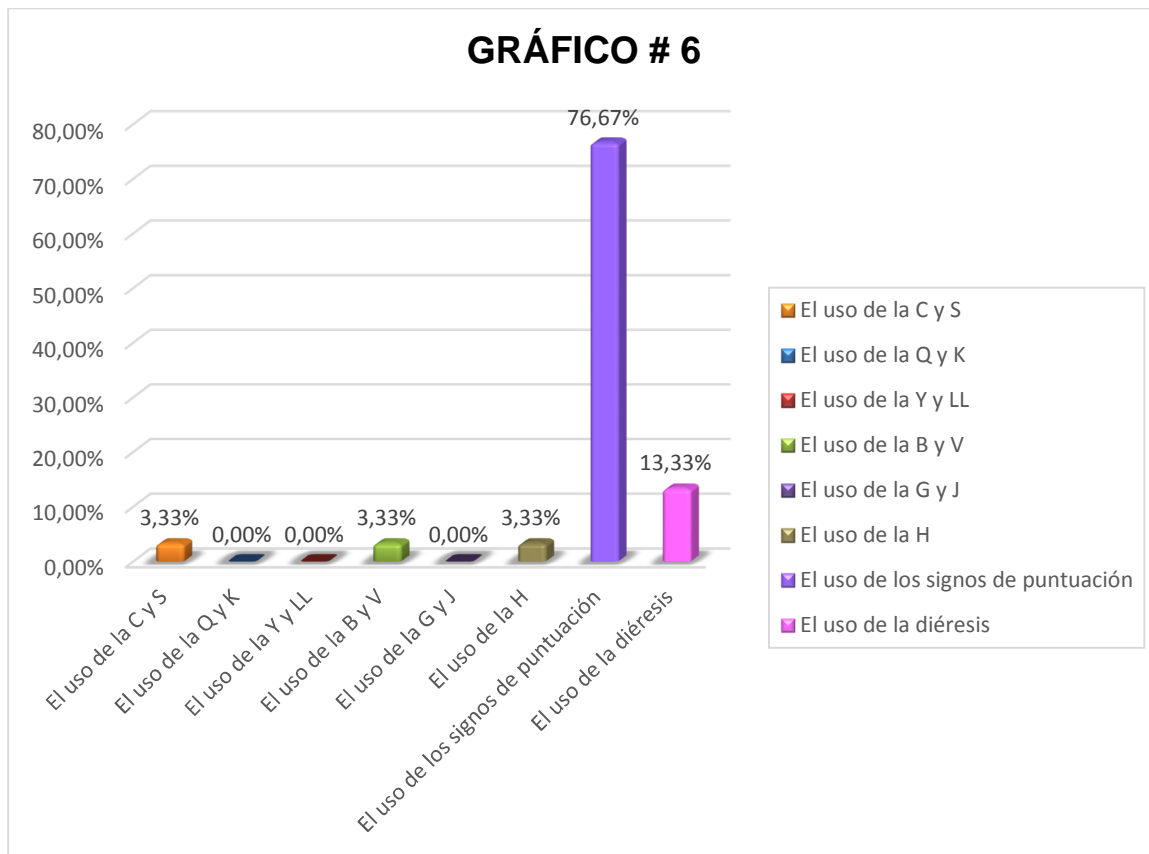
## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Los resultados muestran que los recursos gramaticales y de escritura que pueden utilizar los periodistas de Diario La Marea para mejorar su redacción y ortografía son: “Mesura” en un 40%, “Uso de signos adecuados” en un 43,33%, “Riqueza expresiva” en un 23,33%, “Precisión” en un 40%, “Rigurosidad” en un 13,33% y “Claridad” en un 23,33%.

Se evidencia que los encuestados mayoritariamente muestran que los recursos gramaticales y de escritura que pueden utilizar los periodistas de Diario La Marea para mejorar su redacción y ortografía son la medida, el uso de signos adecuados y la precisión.

**6 ¿Señale cuál de las siguientes reglas son los problemas más comunes en los periodistas de Diario La Marea de Manta?**

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
El uso de la C y S	1	3,33%
El uso de la Q y K	0	0,00%
El uso de la Y y LL	0	0,00%
El uso de la B y V	1	3,33%
El uso de la G y J	0	0,00%
El uso de la H	1	3,33%
El uso de los signos de puntuación	23	76,67%
El uso de la diéresis	4	13,33%



**Fuente:** Periodistas de Diario La Marea de Manta  
**Realizado por:** Sonia Maribel Delgado Lucas

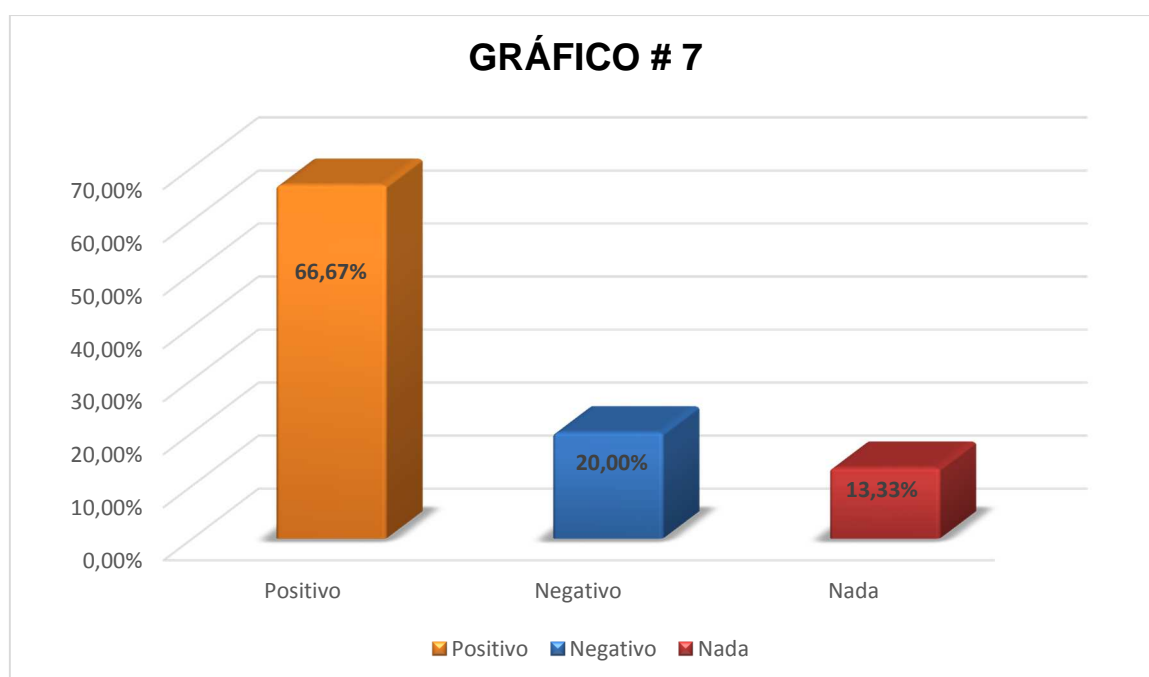
## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Los encuestados señalan con un 76,67% las “El uso de los signos de puntuación” como la regla más problemática en los periodistas de Diario La Marea de Manta; con un 13,33% “El uso de la diéresis”; con un 3,33% las opciones “El uso de la C y S”, “El uso de la B y V” y “El uso de la H”; y un 0% para las opciones “El uso de la Q y K”, “El uso de la Y y LL” y “El uso de la G y J”.

Se evidencia que los encuestados mayoritariamente definen al uso de los signos de puntuación como la regla más problemática en los periodistas de Diario La Marea de Manta, seguido por el uso de la diéresis, el uso de la C y S, el uso de la B y V y el uso de la H.

**7 ¿Considera usted oportuno que se brinde un taller de lectura y ortografía en procura de mejorar la calidad de contenidos y ortografía periodística a los periodistas de Diario La Marea de Manta?**

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Positivo	20	66,67%
Negativo	6	20,00%
Nada	4	13,33%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00%</b>



**Fuente:** Periodistas de Diario La Marea de Manta  
**Realizado por:** Sonia Maribel Delgado Lucas

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

El 66,67% considera como “Positivo” que se brinde un taller de lectura y ortografía en procura de mejorar la calidad de contenidos y ortografía periodística a los periodistas de Diario La Marea de Manta; un 20% para la opción “Negativo”; y un 13,33% para la opción “Nada”.

Se evidencia que los encuestados consideran positivo que se brinde un taller de lectura y ortografía en procura de mejorar la calidad de contenidos y ortografía periodística a los periodistas de Diario La Marea de Manta

**8 ¿Señale las siguientes características que nacen de la lectura y que permiten mejorar sus habilidades para escribir periodísticamente en el medio que labora?**

<b>OPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Ordenar y sistematizar pensamientos propios	12	40,00%
Cultivar la atención, observación	9	30,00%
Conseguir claridad, propiedad y justeza en expresión	9	30,00%
Cultivar la invención y la creación	4	13,33%
Enriquecer y depurar el vocabulario	22	73,33%



**Fuente:** Periodistas de Diario La Marea de Manta  
**Realizado por:** Sonia Maribel Delgado Lucas



## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Los encuestados señalan las siguientes características que nacen de la lectura y que permiten mejorar sus habilidades para escribir periodísticamente en el medio que labora como “Ordenar y sistematizar pensamientos propios” con un 40%; “Cultivar la atención, observación” con un 30,00%; “Conseguir claridad, propiedad y justeza en expresión” con un 30,00%; “Cultivar la invención y la creación” con un 13,33% y un 73,33% para la opción “Enriquecer y depurar el vocabulario”.

Se deduce que los encuestados señalan a “Enriquecer y depurar el vocabulario” como la principal característica que nace de la lectura y que permite mejorar sus habilidades para escribir periodísticamente en el medio que labora.

## **CAPÍTULO III**

### **3.- PROPUESTA**

#### **3.1.- APLICACIÓN DE UNA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL PARA MEJORAR LOS CONTENIDOS Y ORTOGRAFÍA PERIODÍSTICA QUE PERMITA A DIARIO LA MAREA PROYECTARSE POSITIVAMENTE EN MANTA.**

##### **3.1.2.- INTRODUCCIÓN A LA PROPUESTA**

Los medios de comunicación escritos en su trabajo diario de publicar las diversas notas y géneros informativos, los periodistas, sobre todo aquellos que están destinados en redactar de manera permanente el acontecer diario, cometen errores ortográficos facultativa e involuntariamente que los lectores captan y reciben esa influencia de escribir términos y palabras mal aplicadas, tanto en su acento como grafía, lo que repercute en el aprendizaje y captación comunicacional de los habitantes donde se difunde el medio de comunicación. Es el caso de Diario La Marea de Manta, que de manera permanente y continua en el producto impreso se observan errores ortográficos que la gente común y especializada observa. Por ello el deseo de investigar un Análisis de contenido de Diario La Marea de Manta en el mes de enero a julio del periodo 2013. Caso de análisis: la ortografía periodística.

##### **3.1.3.- FUNDAMENTACIÓN**

De acuerdo a los resultados obtenidos y considerando las respuestas dadas en las preguntas cuatro y siete por los encuestados, es necesario aplicar una estrategia comunicacional para mejorar los contenidos y ortografía periodística que permita a Diario La Marea proyectarse positivamente en Manta.

Se evidencia en las derivaciones que hay que aplicar una estrategia comunicacional para mejorar los contenidos y ortografía periodística que permita a Diario La Marea proyectarse positivamente en Manta.

De igual manera se evidencia que los encuestados consideran positivo que se brinde un taller de lectura y ortografía en procura de mejorar la calidad de contenidos y ortografía periodística a los periodistas de Diario La Marea de Manta.

Por lo expuesto es necesario aplicar la estrategia, esto es un taller de lectura y ortografía que permita a los periodistas de Diario La Marea proyectarse positivamente en el manejo óptimo del lenguaje

### **3.1.4.- OBJETIVOS**

#### **OBJETIVO GENERAL**

Aplicar una estrategia comunicacional para mejorar los contenidos y ortografía periodística que permita a Diario La Marea proyectarse positivamente en Manta.

#### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Ejecutar un taller de lectura y ortografía que permita a los periodistas de Diario La Marea proyectarse positivamente en el manejo óptimo del lenguaje periodístico.
- Enseñar el uso correcto de las reglas ortográficas y su debida aplicación.
- Interpretar y relacionar los textos de lectura en el ámbito periodístico.
- Demostrar en el campo de la redacción la aplicación de reglas ortográficas en la práctica de notas y géneros periodísticos.

### 3.1.5.- POSIBLES ACTIVIDADES

- Conversar con las autoridades de Diario La Marea de Manta, sobre el programa de aplicación de estrategias comunicacionales para mejorar los contenidos y ortografía periodística que permita a Diario La Marea proyectarse positivamente en Manta.
- Organizar sesiones de trabajo con autoridades de Diario La Marea, periodistas y especialistas en redacción, lectura y ortografía periodística.
- Desarrollar un taller de lectura y ortografía que permita a los periodistas de Diario La Marea proyectarse positivamente en el manejo óptimo del lenguaje periodístico.
- Desarrollar seminarios y talleres, conferencias, video conferencias y capacitación donde se expongan las diferentes temáticas planificadas en la propuesta.
- Socializar la propuesta con los periodistas de Diario La Marea y directivos de EDIASA, empresa comunicacional que administra a este medio popular.
- Hacer conocer a través de Diario La Marea y de medios EDIASA los resultados de la propuesta.

### 3.1.6.- PLAN DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	ESTRATEGIAS	OBJETIVOS	RESULTADOS
Conversar con las autoridades de Diario La Marea de Manta, sobre el programa de aplicación de estrategias comunicacionales para mejorar los contenidos y ortografía periodística que permita a Diario La Marea proyectarse positivamente en Manta.	Establecer políticas de comunicación en Diario La Marea para consolidar la propuesta.	Aplicar una estrategia comunicacional para mejorar los contenidos y ortografía periodística que permita a Diario La Marea proyectarse positivamente en Manta.	Periodistas de Diario La Marea concienciados adecuadamente.
Organizar sesiones de trabajo con autoridades de Diario La Marea, periodistas	Selección de los mensajes para llegar a los periodistas y	Ejecutar un taller de lectura y ortografía que permita a los periodistas de Diario La Marea proyectarse	Especialistas en redacción y ortografía periodística.

y especialistas en redacción, lectura y ortografía periodística.	mejorar la redacción periodística.	positivamente en el manejo óptimo del lenguaje periodístico.	
Desarrollar un taller de lectura y ortografía que permita a los periodistas de Diario La Marea proyectarse positivamente en el manejo óptimo del lenguaje periodístico.	Utilizar estrategias comunicacionales para fortalecer la redacción periodística de los periodistas de Diario La Marea.	Enseñar el uso correcto de las reglas ortográficas y su debida aplicación.	Comunicación escrita, adecuada, permanente y actualizada.
Desarrollar seminarios y talleres, conferencias, video conferencias y capacitación donde se expongan las diferentes temáticas planificadas en la propuesta.	Utilizar estrategias comunicacionales para fortalecer la redacción periodística de los periodistas de Diario La Marea.	Interpretar y relacionar los textos de lectura en el ámbito periodístico.	Periodistas de Diario La Marea preparados adecuadamente.
Socializar la propuesta con los periodistas de Diario La Marea y directivos de EDIASA, empresa comunicacional que administra a este medio popular.		Demostrar en el campo de la redacción la aplicación de reglas ortográficas en la práctica de notas y géneros periodísticos.	Periodistas de Diario La Marea preparados adecuadamente.
Hacer conocer a través de Diario La Marea y de medios EDIASA los resultados de la propuesta.			Periodistas de Diario La Marea preparados adecuadamente en el campo de la redacción periodísticas .

### 3.1.6.- PRESUPUESTO

El presupuesto que requiera la ejecución de la propuesta y los recursos comprensibles y otros materiales serán suministrados por el coordinador de la propuesta y que es un costo que puede varias de acuerdo a las necesidades del programa.

IMPLEMENTACIÓN		INVERSIÓN
	Contratación de especialistas en Redacción periodística	
	<b>Total:</b>	<b>1.700,00</b>

### 3.1.7.- TIEMPO EN MESES

ACTIVIDADES	RESPONSABLES	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE
Conversar con las autoridades de Diario La Marea de Manta, sobre el programa de aplicación de estrategias comunicacionales para mejorar los contenidos y ortografía periodística que permita a Diario La Marea proyectarse positivamente en Manta.	Especialistas y autoridades de Diario La Marea.	<b>x</b>			
Organizar sesiones de trabajo con autoridades de Diario La Marea, periodistas y especialistas en redacción, lectura y ortografía periodística.	Especialista y coordinador de la propuesta.		<b>x</b>		
Desarrollar un taller de lectura y ortografía que permita a los	Coordinador de la propuesta.			<b>x</b>	

periodistas de Diario La Marea proyectarse positivamente en el manejo óptimo del lenguaje periodístico.					
Desarrollar seminarios y talleres, conferencias, video conferencias y capacitación donde se expongan las diferentes temáticas planificadas en la propuesta.	Especialistas.			<b>X</b>	
Socializar la propuesta con los periodistas de Diario La Marea y directivos de EDIASA, empresa comunicacional que administra a este medio popular.	Coordinador y especialistas.			<b>X</b>	
Hacer conocer a través de Diario La Marea y de medios EDIASA los resultados de la propuesta.	Coordinador, especialistas y autoridades de Diario La Marea.				<b>X</b>

## **CONCLUSIONES:**

**Conclusiones en concordancia al objetivo general que señala:** Estudiar los contenidos de Diario La Marea de Manta en los meses de enero a julio del periodo 2013. Caso de análisis: la ortografía periodística.

Realizar un estudio de análisis de contenido de Diario La Marea de Manta permitió analizar la ortografía periodística.

**Conclusiones en concordancia al primer objetivo específico que señala:** Identificar los contenidos de Diario La Marea de Manta.

Se evidencia que los contenidos de Diario La Marea de Manta son la imagen, los formatos, los titulares, los colores, la letra, los textos, la figura y los cuadros.

**Conclusiones en concordancia al segundo objetivo específico que señala:** Verificar si las notas informativas y géneros periodísticos están correctamente escritos y con una buena ortografía.

Se determina lo positivo de verificar las notas informativas y géneros periodísticos correctamente escritos y con una buena ortografía antes de su publicación.

**Conclusiones en concordancia al tercer objetivo específico que señala:** Sugerir una estrategia comunicacional para mejorar los contenidos y ortografía periodística que permita a Diario La Marea proyectarse positivamente en Manta.



Se muestra que aplicar una estrategia comunicacional mejorará los contenidos y ortografía periodística que permita a Diario La Marea proyectarse positivamente en Manta.

**Conclusiones en concordancia a la hipótesis que señala:** La incidencia significativa de un análisis de contenido de Diario La Marea de Manta para analizar la ortografía periodística.

Se concluye la incidencia significativa de realizar un estudio de análisis de contenido al Diario La Marea de Manta.

**Conclusiones en concordancia al trabajo de campo:**

Se estipula que los recursos gramaticales y de escritura que pueden utilizar los periodistas de Diario La Marea para mejorar su redacción y ortografía son la medida, el uso de signos adecuados y la precisión.

Se define al uso de los signos de puntuación como la regla más problemática en los periodistas de Diario La Marea de Manta.

Se consideran positivo que se brinde un taller de lectura y ortografía en procura de mejorar la calidad de contenidos y ortografía periodística a los periodistas de Diario La Marea de Manta

Se deduce que “Enriquecer y depurar el vocabulario” es la principal característica que nace de la lectura y que permite mejorar las habilidades para escribir periodísticamente en el medio que se labora.

## **RECOMENDACIONES:**

### **Recomendaciones en concordancia al objetivo general:**

Continuar con la realización constante de un estudio de análisis de contenido de Diario La Marea de Manta para analizar la ortografía periodística.

### **Recomendaciones en concordancia al primer objetivo específico:**

Mantener los contenidos de Diario La Marea de Manta como la imagen, los formatos, los titulares, los colores, la letra, los textos, la figura y los cuadros.

### **Recomendaciones en concordancia al segundo objetivo específico:**

Verificar las notas informativas y géneros periodísticos correctamente escritos y con una buena ortografía antes de su publicación.

### **Recomendaciones en concordancia al tercer objetivo específico:**

Aplicar una estrategia comunicacional para mejorar los contenidos y ortografía periodística que permita a Diario La Marea proyectarse positivamente en Manta.

### **Recomendaciones en concordancia a la hipótesis:**

Persistir con la incidencia significativa de realizar un estudio de análisis de contenido al Diario La Marea de Manta.

### **Recomendaciones en concordancia al trabajo de campo:**

Utilizar los recursos gramaticales y de escritura para que los periodistas de Diario La Marea mejore su redacción y ortografía como la medida, el uso de signos adecuados y la precisión.

Corregir el uso de los signos de puntuación ya que es la regla más problemática en los periodistas de Diario La Marea de Manta.

Brindar un taller de lectura y ortografía en procura de mejorar la calidad de contenidos y ortografía periodística a los periodistas de Diario La Marea de Manta

Enriquecer y depurar el vocabulario para mejorar las habilidades para escribir periodísticamente en el medio que se labora.

## BIBLIOGRAFÍA

- BARDIN, Laurence, Análisis de contenido. Página 7, Tercera edición 2002; ediciones Akal. S.A. Madrid, España.
- BERELSON, Bernard. Content Analysis in Communications Research. New York. The Free Press. 1952.
- BARTOLOMÉ, M. (1981:251)
- (BUENDÍA: 1998, 191.
- BARDIN, L. Análisis de contenido, p. 71 y ss.
- BARDIN Laurence; en su obra Análisis de contenido.
- DOVRING (1954-1955)
- Documento de referencia: Miguel Aigeneren. Análisis de contenido: una introducción; UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS, CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINIÓN, 2012. Revista electrónica. La sociología en sus escenarios.<http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/ceo/articloe/view/1550/1207>.
- Diario La Marea, Manta, 2014.
- 20 GRIJELMO Alex, El estilo del Periodista, edición Santillana, S.A., pág. 497-515.

- GARCÍA Ferrando, M., Ibáñez, J. & Alvira, F., 1986
  
- O.R. HOLSTI. (1969) Content Analysis for the Social Sciences sand Humanities
  
- HOLSTI, Ole. Content Analysis for the Social Sciences and Humanities. Reading, MA. Addison Wesley. 1969.
  
- (HOLSTI: 1968)
  
- KRIPPENDORFF, Klaus. Content Analysis, an introduction to its methodology. Beverly Hills, CA. Sage Publications. 1980. Pág. 21
  
- KRIPPENDORF: 1990, 27)
  
- Krippendorff (1980:28)
  
- Krippendorf (1990: 15)
  
- MAX WEBER (1911)
  
- PIÑUEL & Gaitán, 1995: 516
  
- PIÑUEL Raigada José Luis . Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido; 2002; Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Sociología IV, Facultad Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, ciudad universitaria, s/n 28040-Madrid, Spain; pinuel@accinf.uem.es.

<https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-07-29->

- PINUEL\_Raigada\_AnalisisContenido\_2002\_EstudiosSociolingüísticaUVigo.pdf
- (PIÑUEL & García- Lomas, 2001)
- PIÑUEL & García-Lomas, 2001
- PIÑUEL Raigada José Luis. Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido; 2002; Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Sociología IV, Facultad Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, ciudad universitaria, s/n 28040-Madrid, Spain; pinuel@accinf.uem.es;[https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-07-29-Pinuel\\_Raigada\\_AnalisisContenido\\_2002\\_EstudiosSociolingüísticaUVigo.pdf](https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-07-29-Pinuel_Raigada_AnalisisContenido_2002_EstudiosSociolingüísticaUVigo.pdf)
- (PÉREZ SERRANO, 1993:133)
- G. Martín Vivaldi. Madrid (España), Curso de Redacción, 1976. Pág. 50
- Torres Cynthia y Quizhpi León, Proyecto de creación de un periódico semanal para Ricaurte, Universidad politécnica salesiana, Ecuador, 2010.

- Torres Cynthia y Quizhpi León, Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte, Universidad politécnica salesiana, Ecuador, 2010.
  
- Torres Cynthia y Quizhpi León, Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte, Universidad politécnica salesiana, Ecuador, 2010.

## ANEXOS

### ANEXOS # 1



**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ**  
**FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**  
**CARRERA DE PERIODISMO**



#### Encuesta dirigida a los periodistas de Diario La Marea de Manta

**OBJETIVO:** Recabar información para conocer el: análisis de contenido de Diario La Marea de Manta en el mes de enero a julio del periodo 2013. Caso de análisis: la ortografía periodística.

#### Estimado Joven, Señor o Señora:

Una egresada de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Facultad Ciencias de la comunicación, carrera de periodismo, está realizando un estudio previo a la obtención del título de Licenciada en Ciencias de la comunicación y cuyo objetivo es conocer: análisis de contenido de Diario La Marea de Manta en el mes de enero a julio del periodo 2013. Caso de análisis: la ortografía periodística.

**NOTA:** Ruego a usted proporcionar los datos verdaderos y con letra clara.

#### Datos Generales:

Edad:..... Sexo:.....

Lugar de residencia:.....Lugar de trabajo:.....

#### Indicaciones:

**Marque con una X en el casillero de la respuesta que aprecie positiva.**

**1. ¿De acuerdo a su criterio de qué manera incidirá realizar un estudio de análisis de contenido de Diario la Marea de Manta, para analizar la ortografía periodística?**

Muy demostrativo     Demostrativo     Poco demostrativo



**2. ¿Cómo identifica usted los contenidos de Diario la Marea de Manta?**

Por la Figura	<input type="checkbox"/>	Formatos	<input type="checkbox"/>
Colores	<input type="checkbox"/>	Textos	<input type="checkbox"/>
Cuadros	<input type="checkbox"/>	Letra	<input type="checkbox"/>
Imagen	<input type="checkbox"/>	Titulares	

**3. ¿Verifica usted por lo general sí las notas informativas y géneros periodísticos están correctamente escritos y con una buena ortografía antes de su publicación?**

Positivo       Negativo       Nada

**4. ¿Considera usted que hay que aplicar una estrategia comunicacional para mejorar los contenidos y ortografía periodística que permita a Diario La Marea proyectarse positivamente en Manta?**

Alto       Medio       Bajo

**5. ¿Señale los recursos gramaticales y de escritura que pueden utilizar los periodistas de Diario La Marea para mejorar su redacción y ortografía?**

Mesura	<input type="checkbox"/>	Precisión	<input type="checkbox"/>
Uso de signos adecuados	<input type="checkbox"/>	Rigurosidad	<input type="checkbox"/>
Riqueza expresiva	<input type="checkbox"/>	Claridad	<input type="checkbox"/>

**6. ¿ Señale cuál de las siguientes reglas son los problemas más comunes en los periodistas de Diario La Marea de Manta?**

- |                                    |                          |                        |                          |
|------------------------------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|
| El uso de la C y S                 | <input type="checkbox"/> | El uso de la B y v     | <input type="checkbox"/> |
| El uso de la Q y K                 | <input type="checkbox"/> | El uso de la G y J     | <input type="checkbox"/> |
| El uso de la Y y LL                | <input type="checkbox"/> | El uso de la H         | <input type="checkbox"/> |
| El uso de los signos de puntuación | <input type="checkbox"/> | El uso de la diéresis. | <input type="checkbox"/> |

**7. ¿Considera usted oportuno que se brinde un taller de lectura y ortografía en procura de mejorar la calidad de contenidos y ortografía periodística a los periodistas de Diario La Marea de Manta?**

- Positivo  Negativo  Nada

**8. ¿Señale las siguientes características que nacen de la lectura y que permiten mejorar sus habilidades para escribir periodísticamente en el medio que labora?**

- Ordenar y sistematizar pensamientos propios.
- Cultivar la atención, observación.
- Conseguir claridad, propiedad y justeza en expresión.
- Cultivar la invención y la creación.
- Enriquecer y depurar el vocabulario.

**GRACIAS POR SU GENTILEZA**



**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ  
FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
CARRERA DE PERIODISMO**



**Entrevista dirigida a los periodistas y las autoridades de Diario La Marea de Manta**

**OBJETIVO:**

Recabar información para conocer el: análisis de contenido de Diario La Marea de Manta en el mes de enero a julio del periodo 2013. Caso de análisis: la ortografía periodística.

**Datos Generales:**

Nombre:.....  
Título Profesional:.....  
Cargo:.....  
Fecha: .....

- 1. ¿De acuerdo a su criterio cuáles son las ventajas de realizar un estudio de análisis de contenido de Diario la Marea de Manta, para analizar la ortografía periodística?**
- 2. ¿Cómo identifica usted los contenidos de Diario la Marea de Manta?**
- 3. ¿Verifica usted por lo general sí las notas informativas y géneros periodísticos están correctamente escritos y con una buena ortografía antes de su publicación?**
- 4. ¿De acuerdo a su criterio cuáles son las ventajas de aplicar una estrategia comunicacional para mejorar los contenidos y ortografía periodística que permita a Diario La Marea proyectarse positivamente en Manta?**

## ANEXO # 2

### ENTREVISTA # 1

**NOMBRE:** Lic. Pedro Zambrano Lapenta.

**FUNCIÓN:** Director General

**INSTITUCIÓN:** Medios EDIASA, PORTOVIEJO.

**1. ¿De acuerdo a su criterio cuáles son las ventajas de realizar un estudio de Análisis de contenido de Diario la Marea de Manta, para analizar la ortografía periodística?**

Siempre será bueno realizar un análisis de los productos en este caso Diario “La Marea” para ver si se tiene una buena ortografía.

**2. ¿Cómo identifica usted los contenidos de Diario la Marea de Manta?**

No solo yo debo calificar los contenidos de Diario la Marea, el público o lectores gustan de este contenido y es el encargado de calificar. Siempre se debe mejorar las notas, ortografías, enfoque en todo creo que el contenido es bueno y es como la gente le gusta.

**3. ¿Verifica usted por lo general sí las notas informativas y géneros periodísticos están correctamente escritos y con una buena ortografía antes de su publicación?**

El director no lo hace para ello está el mismo periodista y una cadena de editores, correctores ortográficos que son los encargados de revisar que la ortografía esté en orden y que los géneros periodísticos tengan sentido y cuadrar bien la historia de la noticia.

La ortografía siempre hay que respetarla por lo general siempre alerta los errores ortográficos pero para ello existe un personal capacitado para este trabajo

**4. ¿De acuerdo a su criterio cuáles son las ventajas de aplicar una estrategia comunicacional para mejorar los contenidos y ortografía periodística que permita a Diario La Marea proyectarse positivamente en Manta?**

Es bueno aplicar un plan estratégico para mejorar el contenido de la ortografía y se acogerá de la mejor manera el análisis y sugerencia que pueden obtener.

No hay que confundirse porque que en un puesto ejecutivo, desde la academia, puede confundirse con el periódico sean estos puede ser rojo, verde, azul, ello se deben al público y por ello tienen gran aceptación en venta en el Ecuador

## **ENTREVISTA # 2**

**NOMBRE:** Ing. Childerico Cevallos Caicedo

**FUNCIÓN:** Subdirector de Medios Ediasa.

**INSTITUCIÓN:** Medios EDIASA, Portoviejo.

**1. ¿De acuerdo a su criterio cuáles son las ventajas de realizar un estudio de Análisis de contenido de Diario la Marea de Manta, para analizar la ortografía periodística?**

Se debe analizar todos los contenidos no solo de Diario La Marea, sino de todos los medios de comunicación escritos, ya que estos son de suma importancia porque permiten ver lo que se va a comunicar de mejor manera y llegar con el mensaje más eficiente y a su vez educativo para los lectores.

**2. ¿Cómo identifica usted los contenidos de Diario la Marea de Manta?**

Los identificó como variados, atractivos y cumplen con un orden necesario para una buena información y especialmente para un diario popular como lo es La Marea.

**3. ¿Verifica usted por lo general sí las notas informativas y géneros periodísticos están correctamente escritos y con una buena ortografía antes de su publicación?**

Se debe analizar todos los contenidos no solo de diario la marea sino de todos los medios de comunicación escritos, ya que estos son de suma importancia porque, permiten ver lo que se va a comunicar de mejor manera y llegar con el mensaje más eficiente y a su vez educativo para los lectores.

**4. ¿De acuerdo a su criterio cuáles son las ventajas de aplicar una estrategia comunicacional para mejorar los contenidos y ortografía periodística que permita a Diario La Marea proyectarse positivamente en Manta?**

Toda estrategia comunicacional tiene su ventaja y debemos estar permanentemente conociendo los nuevos avances tecnológicos para los medios escritos, hablados y televisivos para estar acorde a la enseñanza universal.

### ANEXO # 3



**La investigadora Sonia Delgado Lucas, cuando entrevistaba al Lic. Pedro Zambrano Lapenta, Director de Medios Ediasa de Portoviejo, empresa que administra a Diario La Marea de Manta.**



**Otro instante cuando El Lic. Pedro Zambrano Lapenta, llenaba las encuestas a la investigadora Sonia Delgado Lucas.**



**El Ing. Childerico Cevallos Caicedo, subdirector del periódico El Diario de Portoviejo, en instantes cuando llenaba las encuestas para Sonia Delgado Lucas, la investigadora.**



**En otra instantánea, El Ing. Childerico Cevallos Caicedo, siendo entrevistado para el trabajo de investigación.**





**Gabriela Mantuano, periodista de Diario La Marea de Manta, llenando las encuestas.**



**Byron Delgado, periodista de Diario La Marea, también fue encuestado por Sonia Delgado Lucas.**