



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

**SEDE GUAYAQUIL**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**FUTURO EN PELIGRO, NIÑOS Y DROGAS**

Trabajo de titulación previo a la obtención del

Título de Licenciado en Comunicación

AUTOR: Emily Joely Llerena Zambrano

TUTOR: Mgrt. Alfredo Eduardo Ayora Recalde

GUAYAQUIL - ECUADOR

2022

## CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Emily Joely Llerena Zambrano con documento de identificación N°. 0954815155 manifiesto que:

Soy la autora y responsable del presente trabajo; y, autorizo a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Guayaquil, 30 de diciembre del año 2022

Atentamente,



---

**Emily Joely Llerena Zambrano**

**C.I: 0954815155**

## **CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, Emily Joely Llerena Zambrano con documento de identificación N°. 0954815155, expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del Producto Comunicativo: “Futuro en peligro, niños y drogas”, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado en Comunicación en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 30 de diciembre del año 2022

Atentamente,



---

**Emily Joely Llerena Zambrano**

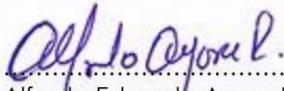
**C.I: 0954815155**

## CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Alfredo Ayora con documento de identificación N° 0921714424, docente de la Universidad Politécnica Salesiana declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: Futuro en peligro, niños y drogas, realizado por Emily Joely Llerena Zambrano con documento de identificación N° 0954815155, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Producto Comunicativo que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 30 de diciembre del año 2022

Atentamente,



Alfredo Eduardo Ayora Recalde  
CI: 0921714424

## DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y al universo por darme la sabiduría, paciencia e inteligencia que necesite durante estos 4 años de carrera que han sido para mí muy difícil y sacrificados. A mi mamá por su ayuda motivacional y estar conmigo en todo momento.

A mis amigas Karen González y Xiomara Banda que me han brindado su ayuda incondicional en todos estos años, que han creído en mí y me motivaron a seguir en la lucha ya que muchas veces quise abandonar la carrera. También me agradezco a mí, porque a pesar de muchas dificultades personales que he tenido durante estos años, siempre me motive a seguir adelante y he trabajado mucho para dar y proyectar lo mejor de mí.

## RESUMEN

La adicción a las drogas es uno de los problemas más severos que afectan a la población joven del país y de la localidad. Por este motivo, se planteó como objetivo, elaborar un producto comunicativo (video reportaje) para difundir las acciones que lleva adelante el grupo de rescate de “Jeyder Rescata” a favor de los jóvenes con problemas de drogas. Se aplicó como método cualitativo y etnográfico, con entrevista al directivo principal de esta organización que rescata adolescentes y jóvenes adictos, debido a que la labor que desarrolla esta organización, no han sido difundidas adecuadamente, ni valoradas por la colectividad. El resultado principal demostró que el videoreportaje con apoyo del vídeo y las fotos, ofrece ventajas para contribuir a la captación del interés por parte de los expertos, los lectores, las entidades gubernamentales, las empresas del sector privado con o sin fines de lucro y demás partes interesadas, para motivarlos a participar en este noble trabajo, en beneficio de uno de los grupos prioritarios que debe insertarse al sector productivo, para forjar el desarrollo de la localidad y del país.

**Palabras claves:** producto comunicativo, video reportaje, difusión, adicción a las drogas.

## ABSTRACT

Drug addiction is one of the most severe problems affecting the young population of the country and the town. For this reason, the objective was to develop a communication product (video report) to disseminate the actions carried out by the rescue group "Jeyder Rescata" in favor of young people with drug problems. It was applied as a qualitative and ethnographic method, with an interview with the main manager of this organization that rescues adolescents and young addicts, because the work carried out by this organization has not been adequately disseminated or valued by the community. The main result showed that video reporting with the support of video and photos offers advantages to help attract interest from experts, readers, government entities, private sector companies with or without profit and others. interested parties, to motivate them to participate in this noble work, for the benefit of one of the priority groups that must be inserted into the productive sector, to forge the development of the town and the country.

**Keywords:** communication product, video report, diffusion, drug addiction.

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	9
Problema de estudio (estado del arte).....	9
Justificación .....	12
OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS:.....	15
Objetivo general .....	15
Objetivos específicos.....	15
DESARROLLO .....	16
Metodología.....	16
Enfoque, método y técnica .....	16
Diseño.....	17
Pre-producción .....	17
Producción/realización .....	17
Post-producción .....	18
Marco teórico.....	18
Antecedentes investigativos .....	18
Estrategia o producto comunicativo .....	21
Consumo de drogas entre jóvenes .....	22
Teoría del interaccionismo simbólico.....	24
Resultados.....	26
CONCLUSIÓN .....	27
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	28
APÉNDICE Y/O ANEXOS .....	31
Cronograma y actividades .....	31
Presupuesto.....	32

## INTRODUCCIÓN

La adicción a las drogas es uno de los problemas más severos que afecta a las comunidades locales del Ecuador, especialmente en las ciudades más pobladas, como es el caso de Guayaquil, donde ha habido un incremento sostenido en el consumo de sustancias psicotrópicas y estupefacientes, sobre todo, en la población adolescente y joven, quienes incursionan en mayor medida en esta problemática, la cual se encuentra asociado al subdesarrollo, falta de oportunidades de trabajo, deserción escolar, aumento de los índices de violencia, delincuencia y afectación del progreso de las poblaciones.

Por este motivo, se plantea como propuesta del estudio, un producto comunicativo basado en el video reportaje, mediante el cual se pueda difundir las acciones correspondientes que contribuyan al fortalecimiento de las actividades que lleva adelante el grupo de rescate de “Jeyder Rescata”, para ayudar a los jóvenes con problemas de drogas, organización que ofrece manutención y atención sanitaria psiquiátrica y psicológica a los adictos, para garantizar su recuperación y reinserción social, por ello, mediante el videoreportaje se puede difundir estas nobles acciones que desarrolla esta entidad, para lograr el apoyo de la empresa privada, el gobierno central, provincial y local, así como ONG’s que quieran unirse a esta loable labor.

### **Problema de estudio (estado del arte)**

Las drogas siempre han sido un problema para la sociedad, que cada vez ataca con más fuerza en jóvenes y adultos, pero también a los más indefensos, como son los niños. La adicción a las drogas no solo proviene del ámbito callejero, sino también en lo que muchas personas

denominan como “hogares sólidos” donde no se espera este tipo de problemas, pero al final termina sucediendo, es decir, las drogas no respetan estatus económico o tipo de crianza.

Al respecto, la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC) ha expresado su profunda preocupación, porque ya son más de 275 millones de individuos consumidores de drogas, a nivel mundial, de los cuales, 36 millones ya han sufrido trastornos por mantener este hábito tóxico, de conformidad con el Informe Mundial sobre las Drogas 2021, del que se hizo eco la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2021).

Ante esta problemática, desde la década de los 50, la evidencia científica manifestó la necesidad de superar la división planteada en los procesos de salud-enfermedad-atención, que habían sido concebidos desde el punto de vista de que las personas que no se enferman, están sanas, sin considerar los factores de tipo ambiental, socioeconómico, culturales y hasta simbólicos, que intervienen y son causantes de los procesos que afectan el bienestar y la calidad de vida de las personas, entre los que se cita el consumo de drogas y la posterior adicción que se genera como consecuencia de este mal hábito (Garcés, 2022).

Además, dentro del estado del arte, se señala un estudio realizado en Perú, sobre la campaña “El Porvenir libre de droga” elaborado para la Municipalidad Distrital de El Porvenir, en donde la lucha contra las adicciones a estas sustancias tóxicas, llevó a la implementación de una campaña, en la que se destacó la impresión y entrega de volantes informativos, así como la puesta en práctica del merchandising, que se realizó con tazas y llaveros, además de publicidad estática, entre las que constaron banner, roll screen y perifoneo, como parte integrante de la referida campaña, cuyo mensaje textual y gráfico fue directo, simple y coloquial, para lograr una rápida decodificación de parte de los beneficiarios, demostrando que es posible enfrentar el

problema del consumo de drogas, mediante los productos publicitarios, pero también, que la falta de una estrategia comunicacional, puede agravar esta situación conflictiva (Campos, 2021).

Otra investigación efectuada en el ámbito nacional, guardó relación con la estrategia de Marketing Comunicacional, en donde se pudo conocer que, en efecto, muchos de los adictos que salen de las clínicas de tratamiento contra la adicción a las drogas, recaen fácilmente en este vicio, por lo que, es necesaria una estrategia de comunicación, que se encuentre asociada al Marketing, para continuar con la atención de estas personas y no olvidarlas, sino más bien darle todo el conocimiento, orientación y apoyo a través de la herramienta en mención (Castillo y Cumbicus, 2019).

Aunado a ello, se resalta que grupos de apoyo como “Jeyder Rescata”, están enfrentando con valentía el problema de las drogas en los jóvenes, de la mano de su líder Jeyder, un artista musical ecuatoriano nacido en Babahoyo, pero con residencia en Guayaquil que, en base a su experiencia con las drogas y su testimonio de superación, buscan ayudar a personas sumergidas en este problema social.

No obstante, se visualizó otro problema en este contexto y es que, los ingresos que generan su música y las redes sociales, no son suficientes para costear el tratamiento de varias personas, al mismo tiempo, y, lograr que esta labor social tenga más impacto en el bienestar de los adictos y sus familias.

Jeyder manifiesta que “Los buenos somos más” como respuesta a las críticas mal intencionadas que recibe de ciertas personas en los videos que son subidos en sus redes sociales. Secuestrador, abusador y falso son ciertos adjetivos que varias personas comentan en redes sociales, debido a la forma en la que se procede con las personas a las cuales se busca ayudar,

esto debido a la falta de un producto comunicacional que pueda exponer el grado de ayuda que está brindando esta organización, a los jóvenes que consumen drogas.

Por consiguiente, es necesario que esta organización cuente con un producto de comunicación social efectivo, caso contrario, no podrá conseguir el apoyo necesario por parte de los actores sociales pertinentes, lo que inclusive, podría generar como consecuencia más grave, el cierre de este servicio, por ello, es necesario que se desarrolle este trabajo investigativo, para proponer un producto comunicacional que logre el objetivo principal del estudio, para enfrentar adecuadamente la problemática del consumo de drogas entre los jóvenes.

### **Justificación**

Se justifica, en teoría, el desarrollo de este estudio, por la variedad de referentes investigativos revisados, los cuales fueron tomados de revistas y web site abalados científicamente, que se centran en el tema de los productos comunicacionales, con el propósito de enfrentar el problema de las drogas.

Estos productos comunicativos, tomados de los referentes en mención, servirán de apoyo para el desarrollo del trabajo de titulación. A ello se añade, el aporte de esta investigación a la comunidad de expertos en Comunicación Social, quienes podrán tomar sus hallazgos, como un pilar fundamental en el cual basar sus alternativas y decisiones de mejora, para mejorar la lucha contra la adicción causada por el consumo frecuente de drogas. Esta situación fortalece los cuerpos teóricos y la búsqueda de soluciones a esta problemática en la sociedad ecuatoriana.

Metodológicamente, el presente estudio se justifica, porque se utilizarán algunas herramientas de la Comunicación Social, para lograr el objetivo de difundir las acciones que lleva a cabo el grupo “Jeyder Rescata”, las cuales pueden vincularse al video reportaje, para comunicar

el proceso que se realiza y ayudar a las personas adictas a las drogas, desde el momento en que se captura al individuo, la llegada a la clínica de rehabilitación, la difícil búsqueda de ingresos para sustentar, tanto medicinas como alimentos y el seguimiento al finalizar el tratamiento, para evitar que la persona recaiga en la adicción. De este modo, a través de estos testimonios diarios con los involucrados, se podrá lograr que el espectador, tenga la facilidad de entender cada uno de los factores que conlleva el desarrollo de este ciclo, para la rehabilitación y reinserción del adicto a la sociedad y promover mayor ayuda para la organización en mención.

Se pondrán en práctica todos los conocimientos adquiridos durante el tiempo de estudio de la carrera de comunicación social. El video reportaje estará elaborado mediante un contenido audiovisual a base de una producción que no implique perder el mensaje ni colorización al momento de proyectar imágenes. En la edición se tendrá en cuenta la calidad de audio, fotos y videos que en conjunto lleven una correcta alineación del tema, esto creará un respaldo al arduo trabajo del producto comunicativo, donde la única meta será el realce de la labor social del grupo de apoyo Jeyder Rescata. Además, entrevistas, investigación y testimonios reales serán varias de las herramientas que utilizaremos para mostrar la veracidad de lo mostrado en el video reportaje.

Por ello, en la práctica, el presente estudio se justifica, porque como comunicador social es importante poner en marcha los conocimientos aprendidos en la unidad académica, para ayudar y hacer prevalecer los derechos de las personas, que cada vez se van perdiendo más en este círculo vicioso. Es por eso que a través de una estrategia comunicativa que incluya el video reportaje, enfocado en Jeyder Rescata, se busca impulsar la imagen y la trayectoria que tiene este grupo de apoyo. Como este caso, existen muchos otros, por eso, es importante que conozcamos

estos testimonios, para que así se empiece a cambiar y mejorar problemas internos o emocionales que conllevan a las adicciones.

Por este motivo, es crucial el desarrollo de un producto comunicativo, que contribuya a impulsar el apoyo a este grupo de apoyo, por parte de la sociedad en general, de modo que los habitantes de la localidad, puedan recibir el mensaje, bajo el uso de estrategias y canales apropiados, para fortalecer el conocimiento de la obra social que realiza el grupo “Jeyder Rescata”, que a su vez, coadyuve a maximizar la ayuda económica y moral de la colectividad, con el cual se puede lograr la meta de salvar a la mayor cantidad posible de personas en estado de adicción a las drogas.

Por tal razón, los principales beneficiarios del estudio, son los jóvenes consumidores de drogas, que esperan ser rescatados por el grupo “Jeyder Rescata”, mientras que esta organización, también se beneficia, si es que puede sumar más personas en este tipo de ayudas, a través del producto comunicativo que se utilice en este estudio, para difundir los beneficios de las actividades que realiza este grupo. Mientras que, los estudiantes de la carrera de Comunicación, la unidad académica y los expertos en esta área profesional, también se benefician indirectamente, por las ventajas que puede ofrecer esta investigación, en la evolución del conocimiento científico social, además de favorecer la lucha contra las drogas en la localidad.

## **OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS:**

### **Objetivo general**

Elaborar un producto comunicativo (video reportaje) para difundir las acciones que lleva adelante el grupo de rescate de “Jeyder Rescata” a favor de los jóvenes con problemas de drogas.

### **Objetivos específicos**

- Describir criterios teóricos que señalen la importancia de un producto comunicativo en la lucha contra el consumo y la adicción a las drogas.
- Recopilar las acciones más importantes que lleva a cabo el grupo “Jeyder Rescata” y la necesidad de contar con un producto comunicativo, mediante la aplicación del instrumento investigativo pertinente.

## **DESARROLLO**

### **Metodología**

#### **Enfoque, método y técnica**

El presente estudio se desarrolla en un contexto socio comunicativo de la ciudad de Guayaquil, bajo un enfoque metodológico cualitativo, debido a que se requiere del uso de una técnica, como es el caso de la entrevista, que pueda profundizar en la ocurrencia del fenómeno de las drogas y en la importancia que un producto comunicativo (video reportaje) para difundir las acciones que lleva adelante el grupo de rescate de “Jeyder Rescata” a favor de los jóvenes con problemas de drogas, para lo cual utiliza también, el instrumento de la guía no estructurada de la entrevista, aplicada a cinco personas que son, la directora de la entidad en mención, el propio Jeyder y tres adictos recuperados que recibieron la atención en este ente. Por consiguiente, al tener que investigar sobre la relación entre dos grupos sociales, conformado por quienes rescatan y por los adictos rescatados, entonces, se seleccionó la etnografía como método para el desarrollo de la investigación.

Esto se encuentra fundamentado por la literatura teórica, que establece el enfoque cualitativo, como aquella que recoge información de experiencias y criterios de los involucrados en un problema, de acuerdo con sus propios significados, para profundizar sobre un tema en particular (Coello, 2022). Generalmente, emplea la entrevista como técnica de recolección de datos, en donde se produce un diálogo profundo con el entrevistado, para conocer sus opiniones sobre un fenómeno definido (Feria et al., 2020). Mientras que la etnografía consiste en la

observación de los patrones de interacción entre los individuos de una sociedad (Almuedena, 2020).

Las preguntas de la entrevista semiestructurada, se encuentran en la sección de anexos, mientras que los datos a recopilarse, se analizarán en matrices que permitirán emitir conclusiones apropiadas, de acuerdo a los datos expresados por los entrevistados, los cuales permitirán conocer las claves principales del estudio y fortalecer la propuesta para la elaboración del producto comunicativo (video reportaje), con el cual se pretende difundir las acciones que lleva adelante el grupo de rescate de “Jeyder Rescata” a favor de los jóvenes con problemas de drogas.

### **Diseño**

#### **Pre-producción**

La preproducción gira en torno al plan del proceso de producción del video reporte, que da inicio previo al proceso de filmación del video, en donde entre otros aspectos, deben realizarse la escritura de guiones, planificación, logística, entre otras tareas de corte administrativa, para que la producción del video, pueda ser óptima (Toscano et al., 2021).

Se incluye a la entrevista dentro de esta fase de pre-producción, porque la misma pueda ser grabada, para conocer cómo se encuentra actualmente la situación de la organización “Jeyder Rescata”, lo que permitirá conocer las necesidades de difusión, para que la comunidad conozca los beneficios de colaborar con esta organización.

#### **Producción/realización**

La producción o realización del video reportaje, consiste en el preciso instante donde se captura el vídeo, donde se utiliza generalmente medios de comunicación electrónicos, con tarjetas

y cámaras digitales, que puedan almacenarse en tarjetas y flashes, para mantener la veracidad de la información y esta adquiera el carácter de credibilidad (Cassany y Shafirova, 2021).

Esta fase incrementa su eficiencia, mientras el grado de planificación haya sido exhaustivo y se hayan considerado los detalles mínimos, para garantizar la credibilidad de la información a difundir mediante el video reportaje, transformándose ello, en la siguiente fase, en el producto del trabajo investigativo presente, que pretende difundir las acciones que lleva adelante el grupo de rescate de “Jeyder Rescata” a favor de los jóvenes con problemas de drogas.

### **Post-producción**

Esta es la última fase de la producción, la cual consiste en la combinación de modo selectivo, de los videos reportajes, editándolos para obtener el producto final del trabajo investigativo, el cual difundirá el mensaje deseado, ya sea, en vivo o en diferido, después que pase el evento correspondiente (Álvarez y Hernández, 2022).

El video reportaje editado en la fase de post producción se transforma en el producto del trabajo investigativo presente, que pretende difundir las acciones que lleva adelante el grupo de rescate de “Jeyder Rescata” a favor de los jóvenes con problemas de drogas.

### **Marco teórico**

#### **Antecedentes investigativos**

Se tomó un artículo publicado en una revista internacional de Alto Impacto, cuyo objetivo fue analizar el paradigma de la política de drogas del gobierno de Chile, mediante el detalle de sus campañas de comunicación para prevenir el consumo de drogas. Se aplicó la metodología del análisis de contenido de spots televisivos segregados durante el periodo 2004-2014, en donde se

cuestionaron los elementos discursivos e ideológicos presentes en las campañas. Los resultados evidenciaron que, pese al cambio institucional y la creación de organizaciones estatales, como es el caso de SENDA y CONACE, los contenidos elaborados y reproducidos dentro del discurso del estado, que en ambas entidades fueron similares, se enfocaron en la prohibición, a través de mensajes emocionales estereotipados, estigmatizando a los consumidores del ámbito criminal y a personas con discapacidad intelectual. En conclusión, se propuso campañas enfocadas en el receptor, que contribuyan a que el beneficiario haga una reflexión crítica en torno a su problema, para llevarlos a que adopten un estilo de vida saludable (Sola y Quiroz, 2019).

La siguiente investigación tomada como referente, tuvo el objetivo de analizar las campañas de comunicación del Programa “Justicia Terapéutica”, con enfoque restaurativo, tomando como contexto temporal, la pandemia del COVID-19 y la cuarentena, donde se observaron grandes transformaciones en el funcionamiento de las sociedades. Bajo la aplicación de la investigación documental, se obtuvo como resultados más importantes, que el esfuerzo ejecutado para garantizar la continuidad de las iniciativas que buscan promover el bienestar en la sociedad, puede complementarse con un programa de comunicación educativo, que busque restaurar los problemas que afectan a los principales involucrados, tratando sobre la implementación del programa “Justicia Terapéutica con Enfoque Restaurativo”. En conclusión, se plantearon estrategias de comunicación para el fortalecimiento del proceso de intervención en los beneficiarios del programa (Ruiz, 2020).

A nivel nacional, se revisó un estudio que tuvo la finalidad de analizar la prevención del consumo de estupefacientes en aprendices del décimo año del establecimiento educativo “Aurora Estrada y Ayala”, en donde esta grave problemática ha ido en rápido aumento. La metodología

fue de campo y descriptiva, para identificar los criterios de los representantes, estudiantes y docentes del plantel. Los resultados revelaron que los medios de comunicación constituyen estrategias de comunicación factibles, porque su contenido informativo, apropiado y rápido, abarca poblaciones grandes a nivel mundial, nacional y local. En conclusión, se planteó dentro del producto comunicativo, la elaboración de talleres, capacitaciones y charlas, como factor de protección para los estudiantes en la prevención del consumo de estupefacientes (Rivera, 2018).

Mientras que una investigación efectuada en esta localidad, planteó el objetivo de analizar la influencia de una estrategia comunicacional en la lucha contra las drogas, considerando a la Cooperativa El Prado del sector Mapasingue, como la delimitación espacial. Se aplicó la metodología descriptiva y cuantitativa. Los resultados demostraron que, en este sector de Guayaquil, existe un alto índice de consumo de drogas, siendo un problema grave que afecta a esta zona, debido a que la alta tasas de delitos, de robos y sicariatos, es ocasionado por las drogas. En conclusión, se diseñó un plan comunicacional mediante campañas educativas en el sector, para influir en la lucha contra las drogas, demostrando de un producto comunicativo abre puertas para aportar en beneficio de la colectividad (Romero, 2018).

En consecuencia, la estrategia comunicacional tiene un aporte de gran relevancia en la lucha contra el consumo de drogas, sobre todo, en la población de jóvenes, sin embargo, es necesario que esta se enfoque en las causas raíces del problema y no solo se realice para cumplir con una función, que de por sí, no ha sido cumplida eficientemente por las instituciones del Estado, según revelan los antecedentes investigativos revisados.

### **Estrategia o producto comunicativo**

La comunicación ha sido uno de los componentes sociales más gravitantes para el desarrollo de la humanidad, debido a ello, se la elevó a la categoría de una ciencia social durante las primeras décadas del siglo XX, como consecuencia de las guerras mundiales y del desarrollo de la imprenta, la televisión y la informática.

Así lo menciona la literatura teórica, al señalar que Otlet, en la década de los 30, concibió a la comunicación como una ciencia social integradora, en su obra denominada Tratado de la Documentación, que se vio fortalecida con el advenimiento de equipos computacionales que podían almacenar grandes cantidades de información. Más adelante Borko, a fines de la década de los 60, definió a las ciencias de la información, como el comportamiento de los datos, su procesamiento, almacenamiento, tratamiento, acceso y uso óptimo (Lemiez, 2020).

La evolución de la Comunicación Social, generó que esta sea conceptualizada desde puntos de vistas amplios, que engloban actualmente, no solo a la prensa, la televisión y el Estado, sino también a la industria, la tecnología, que a su vez involucra a las comunidades en general, a través de las redes sociales.

Al respecto, la comunicación consiste en un proceso continuo de interacción, que se produce en espacios definidos, entre varios transeptores. El acto comunicativo representa la transacción de mensajes coproducidos, que se deben generar por medio de relaciones no lineales de diferentes involucrados, donde existe uno o varios sujetos que buscan, analizan y producen significados, mientras que la otra parte, analiza los retornos por medio de códigos apropiados, para establecer en la práctica, una interacción continua con los primeros sujetos en mención (Navarro et al., 2019).

De esta manera, la misión principal de la estrategia de comunicación consiste en crear condiciones para satisfacer la estrategia general de las entidades o sujetos involucrados. Por consiguiente, se trata de una estrategia transversal al servicio de las organizaciones. En un entorno complejo, la comunicación constituye la correa de transmisión esencial para la consecución de los objetivos estratégicos, que persiguen que los sujetos puedan adaptarse al ambiente externo, a los riesgos del entorno, a la articulación del público, desde la óptica de sus valores y metas, para lo cual se requiere el uso de los medios y canales de comunicación más coherentes, para entregar el mensaje e intercambiarlo con los principales interesados, con el propósito de incrementar la motivación y el sentido de pertenencia de los participantes, para luchar tenazmente, en procura de alcanzar los objetivos institucionales (García y Hernández, 2020).

### **Consumo de drogas entre jóvenes**

El consumo de drogas es un grave problema que afecta a la sociedad ecuatoriana y mundial, como ya se lo señaló en el acápite concerniente al problema de estudio, en el inicio de la presente investigación. Por este motivo, es necesario abordar esta problemática social, que tiene gran interés entre los expertos de la Comunicación Social, así como para la academia y para toda la sociedad en general.

El consumo de drogas desde el punto de vista social, es causado por el ocio, así como por los problemas sociales que ocurren en las familiares, sobre todo por la desmembración de los hogares, que se desarticulan por diversas razones, a lo que se suma el déficit de educación a nivel nacional. A ello se añade, el déficit de suministros en ciertas clínicas de rehabilitación y fundaciones, que no se abastecen y al no contar con una ayuda estatal efectiva, no pueden

alcanzar el objetivo de rehabilitar excelentemente a los adictos. A pesar que el problema del uso de sustancias psicotrópicas y estupefacientes es general, en los niños existen consecuencia de mayor severidad, en el corto y largo plazo, cuyas afectaciones suelen ser, en muchos casos, irreversibles y pueden causar un grave deterioro en su futuro en la sociedad (Loor et al., 2018).

Los niños y jóvenes de Guayaquil están en peligro, debido a que se está normalizando el consumo de drogas, entre sus vecinos, amigos y familiares. Por ello, es importante que se mejoren los canales de comunicación y afecto familiar, sobre todo para la población infantil, de manera que no sean afectados por el consumo de estas sustancias tóxicas y menos aún, lleguen a las adicciones. Se destaca un aumento en el uso de la droga H, extraída de la base de heroína con otros químicos nocivos así como el “plo-plo” y otras drogas que resultan de combinaciones y generan daños severos en los consumidores, cuya afectación en la salud no solo se relaciona con lo físico, sino también con lo social y emocional, por consiguiente, quienes más sufren, son los familiares del adicto, quien se vuelve un manipulador y empieza a conseguir lo que quiere de ellos (Solórzano et al., 2018).

Guayaquil atraviesa un estado crítico, con relación al problema del consumo de drogas, debido al ataque del narcotráfico perpetrado a nivel nacional, en los últimos meses, que ha llevado al Estado ecuatoriano, a través del Decreto 411, a declarar el estado de excepción en tres provincias (Presidencia de la República, 2022), donde estas sustancias psicoactivas se consiguen con facilidad, por la presencia de micro traficantes que operan, no solo en las zonas marginales de la localidad, sino que también expenden los estupefacientes a través de redes sociales, en donde los artistas y demás miembros de la farándula, están impulsando a los niños y jóvenes a consumir drogas, a través de sus canciones, actitudes y programas.

Debido a esta grave situación que está afectando a todos los componentes de la sociedad, se optó por elaborar un producto comunicativo, que permita la difusión de las actividades que lleva a cabo el grupo “Jeyder Rescata”, para lograr que diversos sectores de la sociedad cooperen con esta organización y se pueda incrementar la cantidad de niños y jóvenes rescatados de este vicio, que atenta contra su propio bienestar y contra su vida misma.

### **Teoría del interaccionismo simbólico**

La teoría del interaccionismo simbólico pertenece a la escuela conductista, que tuvo su máximo apogeo en el siglo XIX. Fue Herbert Blumer quien mencionó esta teoría, como resultado de sus investigaciones psicológicas, en donde puso de manifiesto las circunstancias que podían influir en el comportamiento humano (Hernández, 2018).

Precisamente, la teoría del interaccionismo simbólico considera que el comportamiento humano, es dependiente de la interacción social con el entorno que lo rodea, donde sobresale el contacto humano con su cotidianidad, a la cual le asigna un significado, señalando una relación significativa entre el medio social y la conducta humana (Chávez, 2022).

Lo mencionado en el párrafo anterior, guarda conexión con la situación de la adicción, porque muchos de los adictos iniciaron en contextos sociales con facilidad para comprar drogas, con predominio de los problemas familiares y sociales, además, en viviendas o barrios, donde los familiares o amigos consumían drogas, eventos que influyeron para que el individuo también consuma estas sustancias tóxicas y al aumentar la frecuencia del consumo, llegaran a la enfermedad de la adicción.

Además, según los supuestos de Blumer, los supuestos principales de la teoría del interaccionismo simbólico, manifiestan que existe una interacción constante entre el hombre y los objetos su entorno, por consiguiente, las relaciones con los demás sujetos con los que convive, le atorgan significado a su conducta, las cuales se transforman en procesos interpretativos, que el individuo puede seleccionarlos, dependiendo de sus preferencias, estimando una formación social autoconsciente (Posada y Carmona, 2021).

Esto quiere decir que, si bien los adictos recopilan los malos ejemplos de los sujetos de su entorno, lo mismo puede acontecer cuando se relacionen con personas que lo quieran ayudar, como su propia familia, los miembros del grupo “Jeyder Rescata” y otras instituciones que quieran participar en este programa social, donde los video-reportajes y el producto comunicativo que gire en torno a este problema de la adicción, así como el tratamiento y rehabilitación del adicto, pueden generar que el consumidor de drogas recoja los elementos de este nuevo entorno y pueda mejorar su salud, con base en la función comunicacional.

## Resultados

El desarrollo del videoreportaje, es un producto comunicativo que ha difundido las acciones más importantes que lleva a cabo el grupo de rescate de “Jeyder Rescata”, a favor de los jóvenes con problemas de drogas, en donde además de las respuestas del principal directivo de esta organización y del experto entrevistado, se expusieron las imágenes que evidenciaron las actividades aplicadas por los miembros de esta entidad, en favor de la salud y bienestar de los adictos.

El videoreportaje contiene videos y fotos que captan el interés de los lectores, especialmente de quienes forman parte de la comunidad de expertos en materia de Comunicación Social, así como en los directivos de las ONG’s, los gobiernos locales, provinciales y de las instituciones del estado, para motivarlos a incluirse en la labor de ayuda a los jóvenes adictos, además de propiciar su recuperación y reinserción social, lo que impactará en el desarrollo de la comunidad de la ciudad de Guayaquil.

De esta manera, el videoreportaje permite visualizar de manera concreta y colorida, el proceso que lleva a cabo el grupo de rescate de “Jeyder Rescata”, en donde se puede conocer con facilidad, la secuencia de las operaciones de esta entidad, la cual inicia con la identificación de los adictos que duermen en las calles, a quienes los llevan a las instalaciones de la organización y no solo le prestan cobijo, vestimenta y alimentos para su sustento diario, sino que, además, le prestan el servicio de salud, con psiquiatras, psicólogos, Licenciadas de Enfermería y demás personal sanitario especializado, para que atiendan a estos jóvenes adictos y los recuperen en su bienestar y finalmente, puedan reinsertarse a sus comunidades, en el trabajo, estudio o en cualquier actividad productiva que deseen, con el apoyo de su familia.

## CONCLUSIÓN

Se pudo conocer que el grupo de rescate de “Jeyder Rescata”, ha tenido problemas para continuar con su loable labor para rescatar a los jóvenes adictos de la localidad, debido a que no ha podido contar con el apoyo de las entidades gubernamentales ni del sector privado, porque ha tenido dificultades para difundir su trabajo a favor de este sector vulnerable de la población, ya sea por desconocer de las ventajas que ofrece el videoreportaje o porque no han tenido acceso a productos comunicativos de alta calidad, confiando solamente en su incursión en las redes sociales.

No obstante, se ha puesto de manifiesto las ventajas que ofrece el videoreportaje, como un producto comunicativo de elevada calidad de difusión, precisamente, para dar a conocer a la colectividad, al Estado y a las instituciones del sector privado, con o sin fines de lucro, la loable labor que lleva a cabo el grupo de rescate de “Jeyder Rescata”, a favor de los jóvenes adictos, para que, mediante el video y las fotos, todos los actores de la ciudadanía, puedan conocer el proceso que realiza esta organización, para recuperar la salud física y mental a los adictos y reinsertarlos a la sociedad.

Es decir que, el videoreportaje y las imágenes fotográficas que se desprenden del mismo, pueden captar el interés de las partes interesadas, para darles a conocer cada una de las acciones que emprende el grupo de rescate de “Jeyder Rescata”, a favor de los jóvenes adictos, para motivarlos a participar activamente en esta noble labor, con recursos económicos y/o materiales, transformándose en un producto comunicativo de alta calidad, para lograr el objetivo de ayudar a este grupo prioritario en referencia.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almuedena, C. (2020). El método etnográfico como construcción de conocimiento: un análisis descriptivo sobre su uso y conceptualización en ciencias sociales. *Mérgenes*, 1(1), 15. doi:DOI: <http://dx.doi.org/10.24310/mgnmar.v1i1.7241>
- Álvarez, I., & Hernández, E. (2022). Producción audiovisual para promover el turismo en la parroquia Pasa del cantón Ambato. Ambato: Universidad Técnica de Ambato. doi:<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/34506>
- Campos, E. (2021). Análisis de las piezas BTL de la campaña “El Porvenir libre de droga” de la Municipalidad Distrital de El Porvenir, en 2018. Trujillo: Universidad Privada del Norte. doi:<https://hdl.handle.net/11537/29779>
- Cassany, D., & Shafirova, L. (2021). “¡Ya está! Me pongo a filmar”: Vídeos para aprender en clase. *Signos*, 54(107), 15. doi:<http://plataformaeditorial.revistasignos.cl/index.php/signos/article/view/792>
- Castillo, L., & Cumbicus, Y. (2019). Diseño de estrategias de marketing comunicacional para el establecimiento “Volver a Empezar” especializado en tratamiento de adicciones en la ciudad de Guayaquil. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. doi:<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/45874>
- Chávez, A. (2022). Identidad trans-formativa. El caso de un adolescente transgénero y TEA, desde el abordaje terapéutico de la Terapia Alfa. *Revista de estudios socioeducativos*, 1(10), 15. doi:<https://orcid.org/0000-0001-6802-1404>
- Coello, Y. (2022). Realidad y desafíos de la investigación cualitativa en la educación. *Qualitas*, 23(23), 15. doi:<https://doi.org/10.55867/qual23.06>
- Feria, H., Matilla, M., & Mantecón, S. (2020). La entrevista y la encuesta ¿método o técnicas de indagación empírica? *Didascalía*, 11(3), 15. doi:<https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalía/article/view/992>

- Garcés, G. (2022). Inclusión de la perspectiva antropológica en un programa de tratamiento para jóvenes con consumo de drogas y judicializados. Una auto etnografía Analítica. *Cuhsó*, 31(2), 29. doi:ISSN 2452-610X
- García, N., & Hernández, Y. (2020). Estrategia de comunicación interna de la División Territorial de Etecsa en Pinar del Río. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 5(2), 15. doi:<https://orcid.org/0000-0002-7560-0866>
- Hernández, C. (2018). El estigma de las mujeres en reclusión en México: una mirada desde el interaccionismo simbólico. *Números*, 3(3), 15. doi:<https://doi.org/10.25965/trahs.862>
- Lemiez, G. (2020). La Historia y la Comunicación Social en los estudios del mundo del trabajo. *Historia y Comunicación Social*, 25(2), 15. doi:<https://doi.org/10.5209/hics.72281>
- Loor, W., Hidalgo, H., Macías, J., García, E., & Scrich, A. (2018). Causas de las adicciones en adolescentes y jóvenes en Ecuador. *Revista de Archivo Médico Camaguey*, 22(2), 10. doi:<http://scielo.sld.cu/pdf/amc/v22n2/amc030218.pdf>
- Navarro, F., Almaguer, R., Moreno, F., & Hernández, N. (2019). *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Revista de Ciencias Sociales*, 26(1), 15. doi:ISSN: 1315-9518
- ONU. (24 de 06 de 2021). Los consumidores de drogas en el mundo sumaron 275 millones en el último año. Recuperado el 20 de 06 de 2022, de <https://news.un.org/es/story/2021/06/1493672>
- Posada, I., & Carmona, J. (2021). El Interaccionismo Simbólico de Mead y el Argumento en favor del Indeterminismo de Popper. *CES Psicología*, 14(3), 15. doi:<https://doi.org/10.21615/cesp.5599>
- Presidencia de la República. (2022). Decreto Ejecutivo No. 411. Quito: Presidencia de la República.
- Rivera, L. (2018). Estrategia comunicacional para prevenir el consumo de estupefacientes en los estudiantes de décimo grado de la escuela de educación básica “Aurora Estrada y Ayala”

del cantón Babahoyo. Ambato: Universidad Técnica de Babahoyo.

doi:<http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/4979>

Romero, Y. (2018). Plan comunicacional para la lucha contra las drogas en la cooperativa El Prado del sector Mapasingue Este de la ciudad de Guayaquil en el año 2017. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. doi:<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/25522>

Ruiz, S. (2020). Estrategias de comunicación para el programa “Justicia terapéutica con enfoque restaurativo” en tiempos de COVID-19. Lima: Universidad de Lima. doi:<https://hdl.handle.net/20.500.12724/11760>

Sola, S., & Quiroz, C. (2019). Campañas de comunicación para la prevención del consumo de drogas en Chile (2004-2014): entre el prohibicionismo y la estigmatización. *Communication & Society*, 32(2), 19. doi:<https://orcid.org/0000-0001-7085-4595>

Solórzano, R., Márquez, V., & Márquez, K. (2018). Terapia cognitiva-conductual para rehabilitación- reinserción social del adicto y minimización de factores biopsicosociales. *Dominio de las Ciencias*, 3(2), 18. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.3.2.esp.752-769>

Toscano, M., Aguaded, J., Manotas, E., & Farías, S. (2021). Producción audiovisual universitaria: espacios de innovación docente en Iberoamérica. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 25(1), 15. doi:<https://doi.org/10.5944/ried.25.1.30611>

## APÉNDICE Y/O ANEXOS

### Cronograma y actividades

Actividades	Preproducción				Producción				Post-producción					
	Julio		Agosto		Septiembre		Octubre		Noviembre		Diciembre			
Creación de formularios	■													
Selección del tipo de reportaje		■	■											
Selección del diseño de las fotografías del reportaje			■	■										
Preparación de entrevistas a los involucrados				■	■									
Grabación del video reportaje con los entrevistados					■	■	■	■						
Toma de fotografías						■	■	■						
Selección de fotografías									■	■				
Edición de fotografías										■	■			
Edición de video reportaje											■	■		
Edición del trabajo de investigación												■	■	
Entrega del trabajo de titulación														■

Elaborado por autora.

## Presupuesto

<b>Etapas</b>	<b>Materiales o recursos</b>	<b>Montos</b>
Preproducción	Papelería	\$5,00
	Suministros de oficina	\$5,00
	Transporte	\$20,00
	Refrigerio	\$20,00
Producción	Trípode	\$10,00
	Pen drive	\$10,00
	Cámara digital	\$600,00
	Transporte	\$20,00
	Refrigerio	\$20,00
Postproducción	Computadora	\$800,00
	Programas de diseño gráfico	\$100,00
	Impresora	\$200,00
	Suministros de impresión	\$50,00
	Armado de producto	\$100,00
	<b>Total</b>	<b>\$1.960,00</b>

Elaborado por autora.

**Total: \$1.960,00**

### **Guía de entrevista semiestructurada**

**Objetivo:** Elaborar un producto comunicativo (video reportaje) para difundir las acciones que lleva adelante el grupo de rescate de “Jeyder Rescata” a favor de los jóvenes con problemas de drogas.

**Instrucciones:** Responda de acuerdo a su criterio.

### **Guía de preguntas orientadoras:**

1. Podría usted describir las acciones más importantes que lleva a cabo el grupo de rescate de “Jeyder Rescata”, a favor de los jóvenes con problemas de drogas
2. Podría decirme con sus propias palabras ¿Cuáles son las necesidades que tiene el grupo de rescate de “Jeyder Rescata”, para continuar su labor a favor de los jóvenes con problemas de drogas?
3. ¿Por qué considera usted que es necesario contar con un producto comunicativo en el grupo de rescate de “Jeyder Rescata”?
4. ¿Cuáles serían los beneficios de contar con un producto comunicativo en el grupo de rescate de “Jeyder Rescata”?
5. ¿De qué manera contribuiría para contar con un producto comunicativo en el grupo de rescate de “Jeyder Rescata”?