

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL



**LA ELABORACIÓN DEL PERIÓDICO *HORMIGÓN ARMADO* EN LA
CONSTRUCCIÓN Y AFIRMACIÓN DE IDENTIDADES DE LOS
LUSTRABOTAS DE LA CIUDAD DE LA PAZ, 2013 – 2015.**

Tesis de grado presentada para la obtención del Grado de Licenciatura

POR: ELEM MAYDAMIN LIZARRO PORTUGAL

TUTORA: MGR. ESPERANZA PINTO SARDÓN

LA PAZ – BOLIVIA

2021

A Dios por su infinito amor y sabiduría.

A mis queridos padres: Gladys, José y mis hermanas Rosanghela e Ylsen quienes me han dado la fortaleza e impulso para salir adelante ¡Gracias por todo!

A Sergio Alejandro Arraya quien me inspira a seguir cada día con mis metas, triunfos y su apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Mayor de San Andrés por transmitirme las mejores herramientas de educación intelectual y el pensamiento crítico.

A la Mgr. Esperanza Pinto, quien fue mi guía en este proceso de elaboración e investigación de este trabajo.

A la fundación Arte y Cultura: Jaime Villalobos, Magdalena Chambilla, por el gran aporte y ayuda.

A los lustrabotas del proyecto Hormigón Armado quienes me brindaron su colaboración y cooperación en todo este proceso.

RESUMEN

Este trabajo de investigación tiene como finalidad examinar cuál es el proceso de elaboración del periódico *Hormigón Armado* y de qué modo, por qué se relaciona con la construcción y afirmación de identidades de los lustrabotas de la ciudad de La Paz.

Dicha exploración lleva varias categorías, entre ellas la identidad y la construcción, mismas que se indagan a través de herramientas y técnicas, como ser las entrevistas a profundidad, la elaboración de grupos focales, grupos de aprendizajes, encuestas y ayuda colaborativa. La investigación se lleva de manera descriptiva y exploratoria, donde se delimitan la construcción y las particularidades de un periódico, además de la identidad tanto del periódico y los integrantes de este medio de comunicación que son los lustrabotas de la ciudad de La Paz. Se valora también la importancia que sobrelleva realizar y elaborar un periódico, y la ayuda que se brinda de alguna manera a los lustrabotas. Se describe además a través del método cualitativo cada característica sobre la afirmación y construcción de una identidad sea esta grupal o personal y como este medio de comunicación ayuda a los lustrabotas de distintas maneras, que se muestran en esta investigación.

Palabras Clave Comunicación escrita, periódico, construcción de identidad, afirmación de identidad, periodismo, lustrabotas.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I.....	3
DELIMITACIÓN TEMÁTICA.....	3
1.1. Fundamentación.	3
1.2. Objeto de estudio.....	4
1.3. Problematización.....	5
1.4. Formulación del problema.....	5
1.5. Objetivo general.	6
1.6. Objetivos específicos.	6
1.7. Objetivos operacionales.	6
CAPITULO II.....	10
MARCO TEÓRICO.....	10
2.1. El periódico como medio de comunicación.	10
2.2. ¿Qué es un periódico?.....	11
2.3. Características y funciones del periódico.....	13
2.3.1. Características.....	13
2.3.2. Funciones.....	14
2.3.3. Partes de un periódico.....	15
2.4. Perfil y finalidad de un periódico.	19
2.5. ¿Cómo se debe leer el periódico?.....	20
2.6. Tipos de periódicos.....	21
2.6.1. Según formato de publicación.	22

2.6.2. Según su periodicidad.	23
2.6.3. Según la hora de distribución.	24
2.6.4. Según su contenido.	25
2.6.5. Según el alcance de las informaciones que contiene.	25
2.6.6. Según su costo.	26
2.7. Identidad.	27
2.7.1. Concepto de identidad.	27
2.7.2. Definición de identidad.	29
2.7.3. Características de la identidad.	30
2.7.3.1. La identidad es compuesta.	30
2.7.3.2. La identidad es dinámica.	30
2.7.3.3. La identidad es dialéctica.	31
2.7.4. Funciones de la identidad.	31
CAPITULO III.	33
MARCO HISTÓRICO	33
3.1. El inicio de los periódicos.	33
3.2. Periódicos en Bolivia.	35
3.3. La inclusión de sectores vulnerables en periódicos.	36
3.3.1. Medio escrito “Hecho en Bs. As.”	37
3.3.2. Medio de comunicación escrito “The Big Issue”	39
CAPITULO IV.	41
MARCO REFERENCIAL	41
4.1. Fundación <i>Hormigón Armado</i>	41
4.2. Antecedentes de la Institución.	41

4.3. Reseña histórica.....	42
4.4. Datos generales.	43
4.5. Estructura de la Institución.	44
4.5.1. Misión.	44
4.5.2. Visión.....	44
4.5.3. Principios.....	45
4.5.4. Líneas de acción.....	45
4.6. Sistema gerencial de la Institución <i>Hormigón Armado</i>	45
4.7. Subsistema estructural de la Institución.....	47
4.7.1. Organigrama de la Institución.....	47
4.7.2. Las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas de la Institución	48
4.8. El Periódico Cultural <i>Hormigón Armado</i>	51
4.8.1. Reseña histórica.	51
4.8.2. La búsqueda de ideas para generar ingresos económicos para la impresión del periódico.	53
4.8.3. La búsqueda de lustrabotas para la venta del periódico.....	54
4.8.4. Los predios de la Fundación Arte y Culturas Bolivianas en el desarrollo del periódico.	56
4.8.5. Los talleres semanales para los lustrabotas y sus familias.....	58
4.8.6. Los lustrabotas como guías turísticos.....	59
4.8.7. <i>Hormigón Armado</i>	60
CAPITULO V.....	62
MARCO METODOLÓGICO	62

5.1. Estrategia cualitativa.....	62
5.2. Tipo de investigación.....	62
5.3. Enfoque.....	64
5.4. Métodos.....	65
5.4.1. Método Cualitativo-Inductivo.....	66
5.4.2. Método Integrador –Descriptivo.....	66
5.5. Técnicas para el recojo y análisis de la información.....	67
5.5.1. Observación directa.....	67
5.5.2. Recolección de datos.....	68
5.5.3. Grupo focal.....	68
5.5.4. Encuestas cualitativas.....	69
5.5.5. La entrevista.....	70
5.6. Población y muestra.....	70
5.7. Instrumentos.....	70
CAPITULO VI.....	74
Procesamiento de la información.....	74
6.1. El periódico de los lustrabotas <i>Hormigón Armado</i>	74
6.2. Elaboración del periódico <i>Hormigón Armado</i>	74
6.3. Posición del periódico <i>Hormigón Armado</i>	87
6.4. La identidad de los lustrabotas a través del periódico <i>Hormigón Armado</i>	92
6.5. Construcción de identidad.....	92
6.5.1. Identidad personal.....	92
6.5.2. Identidad grupal.....	96
6.6. Afirmación de la identidad.....	100

6.6.1. Afirmación de la identidad personal.....	101
6.6.2. Afirmación de la identidad grupal.....	102
6.7. Descripción de contextos en los lustrabotas.....	104
6.7.1. Contexto de emergencia.....	105
6.7.2. Contexto de desarrollo.....	106
6.7.3. Contexto actual.....	109
CAPITULO VII.....	111
Análisis de la Información.....	111
7.1. Del proceso de elaboración del periódico “Hormigón Armado”, análisis y periodicidad.....	111
7.1.1. Elaboración del periódico.....	111
7.1.2. Análisis del periódico.....	112
7.1.3. Periodicidad del periódico.....	113
7.2. Posición del periódico “Hormigón Armado”.....	113
7.2.1. Autenticidad.....	114
7.2.2. Sostenibilidad.....	114
7.3. Participación de los lustrabotas en la elaboración del periódico.....	114
7.3.1. Factores ideológicos, económico, sociales, y culturales en el imaginario de los lustrabotas.....	115
7.3.1.1. Factores ideológicos.....	115
7.3.1.2. Factores económicos.....	115
7.3.1.3. Factores sociales.....	115
7.3.1.4. Factores culturales.....	115

7.4. Contenidos temáticos, formas narrativas y protagonistas del periódico <i>Hormigón Armado</i>	116
7.4.1. Contenidos temáticos.	116
7.4.2. Formas narrativas.	116
7.4.3. Protagonistas del periódico.	116
CAPITULO VIII.....	117
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	117
8.1. Acerca de los objetivos.	117
8.2. Conclusiones de los objetivos específicos.....	117
8.3. Conclusiones del objetivo general.....	124
8.4. Recomendaciones.	126
FUENTES DE CONSULTA	145

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1. TIPOS DE ARTÍCULOS QUE SE ESCRIBIERON EN EL PERIÓDICO EN LAS GESTIONES 2013-2015.....	81
Gráfico N°2. CANTIDAD DE LUSTRABOTAS QUE ESCRIBIERON SUS HISTORIAS DE VIDA DENTRO EL PERIÓDICO	82
Gráfico N° 3. AUTENTICIDAD DEL PERIÓDICO HORMIGÓN ARMADO	87
Gráfico N° 4. CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD PERSONAL	95
DE LOS LUSTRABOTAS	95
Grafica N° 5. CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD GRUPAL DE LOS LUSTRABOTAS	97
Gráfico N° 6. AFIRMACIÓN DE LA IDENTIDAD DE LOS LUSTRABOTAS.....	100
Gráfico N° 7. AFIRMACIÓN DE LA IDENTIDAD PERSONAL DE LOS LUSTRABOTAS	101
Gráfico N° 8. AFIRMACIÓN DE LA IDENTIDAD GRUPAL DE LOS LUSTRABOTAS	103
Gráfico N° 9. CONTEXTO DE EMERGENCIA EN LA QUE SE ENCONTRABAN LOS LUSTRABOTAS ANTES DE ENTRAR AL HORMIGÓN ARMADO	105
Gráfico N° 10. ASISTENCIA DE LUSTRABOTAS A LOS TALLERES.....	108
Gráfico N° 11. SITUACIÓN ACTUAL DE LOS LUSTRABOTAS	109

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1. FACTORES IDEOLÓGICOS, ECONÓMICOS, SOCIALES Y CULTURALES EN EL IMAGINARIO DE LOS LUSTRABOTAS DENTRO EL PERIÓDICO	83
Cuadro N° 2. PERIODICIDAD DEL PERIÓDICO <i>HORMIGÓN ARMADO</i>	85
BIMENSUAL – GESTIÓN 2013	85
Cuadro N° 3 PERIODICIDAD DEL PERIÓDICO <i>HORMIGÓN ARMADO</i>	85
BIMENSUAL – GESTIÓN 2014.	85
Cuadro N° 4. PERIODICIDAD DEL PERIÓDICO <i>HORMIGÓN ARMADO</i>	86
BIMENSUAL Y TRIMENSUAL – GESTIÓN 2015	86
Cuadro N°5. CARACTERÍSTICAS QUE COMPONEN EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD GRUPAL	98
Cuadro N° 6. CÓMO AFIRMAN LOS LUSTRABOTAS SU IDENTIDAD PERSONAL	102
Cuadro N° 7. COMO AFIRMAN SU IDENTIDAD GRUPAL	104
LOS LUSTRABOTAS	104
Cuadro N° 8. TEMÁTICAS PARA LOS TALLERES	107
Cuadro N° 9. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS LUSTRABOTAS	110

INTRODUCCIÓN

Para comprender este tema de investigación se pretende distinguir la participación de los lustrabotas dentro el periódico *Hormigón Armado* y cómo los mismos pueden transmitir sus propias historias en la primera página de este medio escrito. Los lustra calzados que participan dentro este periódico son de la ciudad de La Paz. La investigación se llevó a cabo entre las gestiones 2013 – 2015, periodo en el que se puede observar y encontrar la incorporación de historias personales dentro este periódico, además de un avance operacional del mismo a partir de esas gestiones.

El objeto a estudiar es la elaboración del periódico *Hormigón Armado* en la construcción y afirmación de identidades de los lustrabotas de la ciudad de La Paz en el periodo 2013 – 2015.

Los protagonistas que hicieron posible este periódico además de la fundación Arte y Culturas Bolivianas, fueron los lustrabotas, con el ideal de que cada uno de los mismos puedan superarse ya sea de manera económica, psicológica y educativa.

Si bien los que elaboran este periódico son los lustrabotas, mismos que llevaron talleres, se observa dentro este medio escrito la falta de aprendizaje en la escritura, la falta de conocimiento de cómo elaborar un periódico desde un titular, además el propósito es identificar y afirmar si construyen su identidad de manera personal y grupal.

Lo que se pretende es describir las características y funciones de un periódico, las partes del mismo, y cómo influye el periodismo, además los tipos de periódicos para identificar qué tipo de periódico es el periódico *Hormigón Armado*. Definir que es una construcción y una afirmación, además de asemejar la identidad a través de conceptos y características.

Se pretende ampliar el conocimiento desde cómo se inicia los periódicos y la captación de medios similares al del periódico *Hormigón Armado*. En el marco referencial se desarrollará la misión y visión, historia de la fundación que creó este periódico y el sistema gerencial de esta institución. La reseña histórica del periódico *Hormigón Armado* como idea que genera ingresos para los lustrabotas, y coadyuva en su desarrollo.

Para el procesamiento de información se desarrollará la elaboración, posición y además la identificación del periódico *Hormigón Armado*, la construcción y afirmación de identidad tanto grupal y personal de los integrantes de este periódico que son los lustrabotas. Para finalizar se realizará el análisis e interpretación de toda la información a partir del contenido de los ejemplares del periódico en el periodo estudiado, y como mediante los talleres los lustrabotas construyen y afirman su identidad.

Culminando con las conclusiones y recomendaciones, además del desarrollo de anexos que fundamentan y ayudan a verificar la investigación.

CAPITULO I

DELIMITACIÓN TEMÁTICA

1.1. Fundamentación.

El interés por estudiar este tema es determinar cómo es elaborado el periódico *Hormigón Armado* e identificar si los lustrabotas construyen y afirman su identidad personal y su identidad grupal.

La investigación se llevó a cabo entre el año 2013 y el año 2015, debido a que, en este periodo de tiempo, el periódico y la fundación decidió incluir las historias personales de cada uno de los lustrabotas. Para que de esta manera se pueda impulsar y dar un adicional sentido al periódico sobre temas de interés social, los cuales son tocados de manera más generalizada por otros medios, sin embargo, este periódico muestra hechos reales, los cuales son plasmados a puño y letra por los autores de cada historia en particular.

Se tomó en cuenta a los lustrabotas debido a que realizan escritos sobre sus vivencias y en algunos casos plasman temáticas interesantes de su vida personal dentro del periódico. Y de esta manera hacen posible obtener ayuda de organizaciones, Ong's y otros, además de tener un ingreso extra que les ayuda económicamente.

No obstante, se observó que los integrantes de este periódico, que hacen posible la realización y organización de este medio son: el director y/o fundador, y la trabajadora social, sin embargo, los principales autores son los lustrabotas, que actualmente se encuentran avanzando con actividades grupales que son permisibles para su desarrollo tanto personal y grupal.

1.2. Objeto de estudio.

La construcción y afirmación de identidades de los lustrabotas en la elaboración del periódico *Hormigón Armado* de la ciudad de La Paz en el periodo 2013 – 2015.

La elaboración de un periódico requiere de estudios académicos relacionados a la comunicación social o redacción de textos. Los encargados de la redacción del periódico *Hormigón Armado*, son los lustrabotas, que reciben la ayuda de diferentes talleres semanales que son organizados por la Fundación Arte y Culturas Bolivianas, en dichos talleres, se trabaja la lectura, redacción, y contenidos.

Tajfel (1981) define a la identidad social como:

Aquella parte del auto concepto de un individuo que deriva del conocimiento su pertenencia a un grupo social junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia. Asimismo, asocia esta noción con la de movimiento social, en la que un grupo social o minoría étnica promueve el derecho a la

diferencia cultural con respecto a los demás grupos y al conocimiento de tal derecho por las autoridades (pág. 53).

Como dice Johnson (1862) menciona que:

La sociedad es un organismo colectivo donde hay armonía de estructura y funciones que buscan fines comunes mediante la acción y reacción entre las partes y el medio ambiente. Para que de esta manera se pueda observar con un progreso social que se caracteriza por la especialización de las funciones (pág. 138).

1.3. Problematización.

Interiorizando el trabajo que realizan los lustra calzados en sus escritos se puede observar poemas, protestas, crucigramas, críticas, y hasta temas con problemáticas sociales.

Un aspecto que no queda del todo claro es si los escritos de los lustra calzados, llegan a afirmar y construir su identidad personal y grupal, lo que se constituye en el problema de la investigación, esclarecer aquel vacío de información, lo que da lugar a la siguiente interrogante:

1.4. Formulación del problema.

¿Cuál es la influencia de la elaboración del periódico cultural *Hormigón Armado* en la construcción y afirmación de identidades personales y grupales de los lustrabotas de la ciudad de La Paz en el período 2013 - 2015?

1.5. Objetivo general.

Examinar la influencia de la elaboración del periódico cultural *Hormigón Armado* en la construcción y afirmación de identidades personales y grupales de los lustrabotas de la ciudad de La Paz en el período 2013 - 2015

1.6. Objetivos específicos.

- _ Determinar el proceso de elaboración del periódico cultural *Hormigón Armado*.
- _ Determinar los contenidos temáticos y personas que participan en el proceso de elaboración del periódico cultural *Hormigón Armado*.
- _ Describir el contexto de emergencia, desarrollo, y situación actual del sector de los lustrabotas.
- _ Detallar y caracterizar la posición y contenido del periódico cultural *Hormigón Armado* de los lustrabotas.

1.7. Objetivos operacionales.

- _ **Objetivo Específico 1: Determinar el proceso de elaboración del periódico Hormigón Armado, respecto a los factores ideológicos, económicos, sociales, culturales de los lustra calzados.**

- _ Recopilar información sobre la historia del periódico Hormigón Armado, para saber cómo iniciaron y sobre qué base iniciaron este periódico.
- _ Hacer una entrevista al fundador de este medio escrito para saber cómo se elaboró y creó este periódico.
- _ Realizar una charla con los lustra calzados para determinar los factores ideológicos, económicos, sociales y culturales que tienen en su imaginario.
- _ Analizar cómo les ayuda los cursos de capacitación que dan dentro de la fundación Arte y cultura.
- _ Realizar una sesión de Grupo Focal para contextualizar y complementar el análisis de los factores ideológicos, económicos, sociales, culturales que cada lustra calzados tiene en su imaginario para determinar la construcción y afirmación de su identidad a través del periódico.
- _ Realizar una entrevista a la trabajadora social que ayuda a este sector en todo este proceso de elaboración del periódico, y los cambios que muchos lustra calzados pasan dentro lo social.
- _ Recopilar todos los periódicos de manera física para el análisis de los factores mencionados dentro los escritos que plasman los mismos lustra calzados.

_ Objetivo Específico 2: Determinar los contenidos temáticos, formas narrativas y protagonistas que incluyen en el proceso de elaboración del periódico Hormigón Armado.

- _ Realizar una observación general a los lustra calzados en los cursos de capacitación que tiene cada viernes o sábados.
- _ Entrevistar a lustra calzados sobre los contenidos que plasman en el periódico.
- _ Analizar en que les ayuda a cada lustra calzados la posibilidad de plasmar su historia en el periódico.
- _ Analizar los contenidos temáticos del periódico *Hormigón Armado* y que formas narrativas manejan para escribirla.
- _ Determinar los protagonistas de este periódico con una entrevista a uno de los fundadores de este proyecto.

_ Objetivo Específico 3: Describir el contexto de emergencia, desarrollo, y situación actual del sector de los lustrabotas.

- _ Entrevistar a personas que convivieron con este sector para analizar el contexto de emergencia que viven los lustra calzados.
- _ Entrevistar a la trabajadora social respecto al proceso de evolución de los lustra calzados.
- _ Determinar la situación actual de los lustra calzados con una breve charla con ellos.
- _ Entrevistar a una esposa de un lustra calzados para determinar sus necesidades y la evolución que tuvieron con este proyecto.

_ Objetivo Específico 4: Describir y caracterizar la posición y contenido del periódico

Hormigón Armado.

_ Realizar una observación de campo a la ciudadanía quienes compran el periódico

Hormigón Armado.

_ Entrevistar a un integrante del proyecto, para determinar si el periódico es auto sostenible.

_ Realizar un sondeo a la ciudadanía para determinar hasta qué punto es auténtico el periódico.

_ Entrevistar a un voluntario que trabaja con el periódico para describir el contenido que publican en el periódico.

_ Determinar mediante un cuestionario para los lustra calzados hasta qué punto se describe y caracteriza este periódico.

_ Entrevistar a la trabajadora social para analizar hasta qué punto se subvenciona a una familia o solo personas del sector de los lustra calzados.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. El periódico como medio de comunicación.

Para ilustrar a la comunicación se anuncia a Laswell citado en Gomis (1991) menciona que:

En su clásico estudio sobre la estructura y función de la comunicación en la sociedad, la misma cumple estas funciones: a) vigilancia del entorno, al descubrir las amenazas y las oportunidades o posibilidades que afectan a los valores de la comunidad y de sus componentes. b) correlación de los componentes de la sociedad y llevar a cabo una respuesta al entorno. c) transmisión de la herencia social.

En principio se lograría definir y compilar la función, la estructura de la comunicación y del periodismo ciudadano, este último que ayudara a verificar si los que escriben dentro del periódico Hormigón Armado, los lustrabotas realizan dicha labor no solo como ciudadanos sino como integrantes de este medio impreso.

Según Tubau (1982) menciona que:

El periodismo cultural es la forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios masivos de comunicación con los cuales, pretende promocionar eventos cuya esencia sean las artes y la artesanía.

El periodismo cultural, es como un periodismo especializado, puede presentarse de manera impresa o audiovisual, este tipo de periodismo ha ocupado un lugar imprescindible en los medios debido a su aceptación social.

Así mismo Rivera (2000), periodista e investigador expone que:

Es una zona compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgatorios los terrenos de las bellas artes, las bellas letras, las corrientes del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen.

Se evidencia que el periodismo cultural lleva una gran responsabilidad social. Su responsabilidad es difundir la cultura en la sociedad, por más básica que llegue a ser esta información, es notable.

2.2. ¿Qué es un periódico?

El periódico es un medio de comunicación escrito, que circula a nivel nacional, a nivel ciudad, o también a nivel pueblo de forma impresa.

Leibniz citado en Hessen (1925) menciona que:

Algo importante para no dejar de lado es el conocimiento para crear o escribir se necesita de esto fundamental que es el conocimiento según Leibniz hay ideas innatas en cuanto que es innata a nuestro espíritu la facultad de formar ciertos conceptos independientemente de la experiencia.

“El contenido total del conocimiento humano se deduce de esos principios supremos por modos rigurosamente lógicos” (Hessen, 1925, pág. 55).

Es decir que a partir de hechos sociales, psicológicos, culturales y hasta económicos inicia el pensamiento de cada ser humano para que este pueda emprender un racional conocimiento sobre todo los hechos que acontecen en la sociedad, para esto es importante que cada persona pueda tener una propia identidad.

“Si todos los contenidos del conocimiento humano proceden de la experiencia, el conocimiento parece encerrado de antemano dentro del mundo empírico” (Hessen, 1925, pág. 59).

El periódico es:

- Empezar el conocimiento popular.
- Un factor importante en la investigación básica.

- Un espacio donde se conservan varios tipos de información.

2.3. Características y funciones del periódico.

2.3.1. Características.

La prensa escrita tiene una variedad de características entre ellas podemos nombrar:

- _ Es un medio de comunicación impreso: Utiliza como herramientas la escritura y las fotografías.
- _ Se puede archivar: Es uno de los mejores documentos históricos que conserva hechos de la cotidianidad humana o de temas alternativos de información. Es como un documento de memoria diaria de los acontecimientos que produce el hombre.
- _ Se puede tocar: Se podría definir que esto provoca una mayor sensación de contacto directo con lo que se lee, hay un mayor grado de intimidad y de relación con la información que se recibe.
- _ Fácil uso: Se puede manipular fácilmente ya que viene organizado y separado por sectores, además que se puede transportar y manejar sin problemas.
- _ Su distribución es limitada: Hablando geográficamente, cada periódico tiene sus propias zonas de distribución, lo que limita su campo de acción.
- _ Análisis de la información: El periódico, permite presentar al lector el análisis profundo de los acontecimientos y esta es una de sus grandes fortalezas para una investigación más completa del hecho o noticia.

_ Es accesible: En cualquier parte de cada ciudad existen muchos puntos de distribución de periódicos en los cuales se pueden obtener con facilidad los ejemplares de cualquier periódico. Se puede conseguir periódicos de distribución local.

_ La accesibilidad: El medio impreso es uno de los más económicos que existen, el bajo costo de cada ejemplar facilita que cualquier persona pueda comprarlo. Para el periódico los costos son cubiertos en su mayoría por la publicidad, que es lo que sostiene económicamente a los medios de comunicación social.

2.3.2. Funciones.

Entre las diferentes funciones que tiene un periódico se podría destacar 5 funciones:

_ Informar: Presenta información acerca de uno o varios temas, hechos que se pueden presentar como un reportaje, una noticia, una crónica, etc.

_ Opinar: Dentro del periódico, se puede dar una opinión acerca del tema o hecho informativo.

_ Refleja una situación actual: En muchos periódicos se relejan hechos de un determinado sector donde se puede observar situaciones, hechos que se presentan.

_ Entretener: Además de información y opinión se puede observar dentro un periódico sectores de entretenimiento, tales como crucigramas, sopa de letras y otros.

_ Formar la crítica: A partir de una opinión se puede llegar a un punto de poder realizar una crítica.

2.3.3. Partes de un periódico.

La organización de las partes de un periódico debe estructurarse de modo relacionado, teniendo en cuenta que las partes permiten entregar la información en forma ordenada. Cada una de estas partes tiene una determinada función, que a su vez es diferenciada por su tipografía y ubicación del contenido en el periódico.

Las partes que forman parte de un formato estándar, sea de circulación nacional o internacional, son:

- _ La Plana: página: Sobre la que se escriben los temas, las notas o las noticias.
- _ La Primera plana: Página principal del periódico, conocida como portada, así mismo es la carta de presentación del interior del mismo, ya que muestra las noticias más interesantes con el propósito de captar la atención de los lectores, también cada publicación mantiene una estructura determinada, que el lector identifica con facilidad.

Hay dos maneras de mostrar la información de la portada:

- _ Escaparate, o portada escaparate que es la más utilizada, contiene las dos o tres notas o noticias más importantes, y lo que hay en el interior del periódico. Se titulan a modo informativo acompañadas por fotografías para animar el interés, a modo de resumen de la información más relevante del día.

_ Cartel o portada de llamada que opta por un solo acontecimiento para llamar la atención de los lectores. Esta parte presenta titulares de gran tamaño y cuerpo, con dibujos, fotografías o imágenes de presentación similar a un anuncio o póster.

La última página también presenta un contenido preferencial y característico del resto, suelen ocuparla con una sola información, generalmente es de tipo social.

_ El titular: Frase que sintetiza la noticia, escrita en una tipografía de mayor tamaño y en negritas. El título identifica el contenido de la información, así facilita la lectura rápida e impacta al lector.

_ La noticia: Suceso ocurrido que siempre refleja la actualidad y compone el núcleo informativo del periódico, el contenido está ocupado en distintas secciones según el tema en cuestión. Así mismo describe fechas, lugares, personas intervinientes y toda información de interés, con imágenes y grandes titulares.

Para que una noticia esté bien elaborada debe responder a las preguntas ¿Quién? ¿Qué? ¿Cuándo? ¿Cómo? ¿Dónde? ¿Por qué?

_ Columna: Estructura sobre la que se redacta la noticia por parte de periodistas, escribir las noticias en columnas facilita la lectura, la hace más amena y atractiva. Además de que el periodista puede estampar su opinión sobre algún tema en particular, sea cultural, deportivo, económico, político, social o cualquier otro. Siempre llevan la

firma de su autor, y en algunos casos su fotografía para brindar mayor confiabilidad al lector.

_ El suplemento: Sección del periódico dedicada a temas de interés general que tratan de captar la atención del público en relación al momento que se está atravesando, por ejemplo, los cambios de estaciones, fin de año, día del niño, navidad, entre otros.

_ Las secciones: Son todas las partes en que se divide el periódico, que agrupan y clasifican la información bajo una misma categoría, las distintas secciones de un periódico son las noticias nacionales, regionales, locales e internacionales, los anuncios clasificados, etc., estas son denominadas también encabezados y van ubicadas en la parte superior.

_ La sección: Grupo de noticias guardan que, entre sí cierta relación, algo frecuente es que las secciones se destinan un día por semana a un tema específico como medio ambiente, sociedad y cultura, etc.

Las secciones pueden ser:

- ✓ Política internacional, hechos relevantes acontecidos en el exterior.
- ✓ Economía, información nacional e internacional sobre las finanzas, economía.
- ✓ Política nacional, narra la actualidad política de un país al que pertenece el periódico.
- ✓ Cultura, información sobre las artes, el espectáculo, el teatro, el cine, la música, la radio, los libros, a nivel nacional o internacional.

- ✓ Deportes, competencias, campeonatos, torneos y todo tipo de información deportiva.
- ✓ Laboral, trabajo, los conflictos laborales, los sindicatos, huelgas, empresas, a nivel nacional.
- ✓ Sucesos, se refiere a catástrofes naturales, sucesos, delitos, accidentes
- ✓ Educación, información referida al mundo de las universidades, las escuelas, la enseñanza, la pedagogía.
- ✓ Local, recoge hechos sucedidos en una localidad y zona de influencia del periódico.
- ✓ Ciencia, información sobre descubrimientos, información científica, investigaciones científicas.
- ✓ Religión, son noticias referidas a las comunidades religiosas, las iglesias, la fe.
- ✓ Sociedad, son aquellos hechos producidos por el hombre en la vida social y aquellos sin clasificación específica.
- ✓ Editorial, es generalmente escrita por el director, el artículo editorial formula un juicio de opinión o comentario acerca de una noticia, un tema o información, en concordancia con la línea ideológica del periódico.
- ✓ También los medios escritos suelen destinar espacio a las noticias necrológicas (especialmente de personalidades conocidas del ámbito político, social o cultural), horóscopo, entretenimientos, anuncios, programación televisiva.

- _ La cabecera, es la parte superior de las páginas, tanto de la primera plana como de las otras, muestra el logotipo, nombre y eslogan periodístico.
- _ La orejilla, son anuncios publicitarios que se ubican en la primera plana del periódico, generalmente en la parte superior e inferior de la primera plana, que despliegan información comercial de productos, empresas y servicios.
- _ El fechario, va en la parte superior del periódico, generalmente se ubica la fecha de salida o publicación del mismo.
- _ El lema, se sitúa debajo del logotipo, y consta de una frase breve que identifica y describe la filosofía del periódico, por ejemplo “el diario que más se vende”.
- _ El logotipo, es una imagen o gráfico que identifica al periódico.
- _ El directorio, pequeño espacio de la parte superior de la portada, que describe el correo electrónico, dirección, números de teléfonos, página web de los que podrá hacer uso el lector.
- _ Los pies de fotos, breve frase que acompaña a las fotografías brindando una explicación verbal de lo que muestra la imagen.

2.4. Perfil y finalidad de un periódico.

“El periódico es un medio de difusión que emplea un código; los signos del código periodístico son las palabras y las imágenes con los que se elabora el mensaje a través de la información” (Calvimontes, 1988).

La lectura del periódico, “es una actividad individual, pero publica, que tiene lugar en cafés, y lugares públicos tanto o más que en las casas, de modo de modo que constituye una especie de puente entre lo privado y lo público” (DeFleur y Rokeach, 1982). La lectura es un hábito y una de las actividades más relevantes y necesarias para el conocimiento.

2.5. ¿Cómo se debe leer el periódico?

La lectura requiere de una técnica el cual permite aumenta la capacidad cultural y este haga eficiente la formación de cada una de las personas.

Según Jorge Calvimontes (1988) existen muchas formas de leer, y se debe cumplir los siguientes pasos:

- Explorar el periódico, para ubicar los sectores y temas de interés, esta lectura se realiza en los indicadores, en los encabezados y las entradas de la información.
- Aplicar un criterio de valoración de acuerdo con las necesidades, tomando en cuenta en primer lugar la noticia o la información, seguidamente los comentarios y/o artículos de opinión que se hayan escrito en torno a la noticia o información.
- Organizar el material elaborando las fichas hemerográficas correspondientes, en esta etapa se reúne la expresión y comprensión.

Para entender y aprender correctamente a leer un periódico el mismo autor da a conocer los siguientes tips:

- Tener el hábito de destinar de 15 a 30 minutos diarios de lectura formativa.
- Empezar leyendo el cintillo, y dos o tres encabezados de la primera plana.
- Leer, en toda su extensión, las informaciones más importantes sobre acontecimientos ya sean nacionales o internacionales.
- Buscar en la página editorial los comentarios o artículos de opinión que se refieran a los dos o tres acontecimientos que se haya leído en la primera plana.
- De acuerdo al área que se tenga mayor interés continuar la lectura por secciones como el cultural, científico, político, etc.

Estos puntos hacen referencia no solo a como leer un periódico, sino que se debe volver un hábito diario que ayuda a mejorar y ampliar el conocimiento.

2.6. Tipos de periódicos.

El periódico contiene publicaciones de diversas índoles: noticias, clasificados, publicidad, deportes, social, farándula, etc., orientan y entretienen a la población, a la misma vez que informan, educan, crean opiniones. Existen diferentes tipos de periódico, según:

- Su formato de publicación
- Su periodicidad
- La hora de distribución
- Su contenido

- El alcance de las informaciones que contiene
- Su costo

2.6.1. Según formato de publicación.

Estas pueden ser impresas, digitales y/o murales, ahora con el desarrollo de las Tecnologías de la Comunicación e Información (TIC's), se desarrolló este nuevo formato de periódico digital.

- **Impreso**, periódico tradicional que nació gracias a la invención de la imprenta y se desarrolló junto con la evolución de la tecnología asociada con el papel, la fotografía, el diseño gráfico y el comercio, estos periódicos impresos se dividen de acuerdo a las dimensiones del papel que son utilizados para su elaboración:
 - a) Tabloide, es un periódico que suele medir 28 x 35 cm, es decir es un formato pequeño, que se complementa con fotografías e ilustraciones. Esta característica y su menor tamaño lo hace más práctico para su lectura. También suele ser más barato.
 - b) Estándar o sábana, es el formato más grande. Mide aproximadamente 38 x 58 cm. Es común en los periódicos más tradicionales.

- **Digital**, están diseñados para ser mostrados en formato digital en dispositivos electrónicos de uso personal. Generalmente son gratuitos, aunque existen los que cobran por suscripción. Normalmente, este cobro tiene que ver con una mayor profundidad en las informaciones que contiene.
- **Mural**, elaborado con collage y recortes de revistas informativas y especializadas, es un tipo de periódico orientado a la población en edad escolar. Suele insertarse en el centro educativo como un proyecto para aprender sobre un tema específico, también hay casos en los que se convierten en un medio de comunicación dentro y para la sociedad.

2.6.2. Según su periodicidad.

“Los periódicos, por su frecuencia de aparición, son diarios, interdiarios, semanarios, bisemanales, etc., y por su hora de circulación, matutinos, meridianos, vespertinos, o “extras”, si son publicados fuera de su horario habitual” (Torrice, 1989).

Para este punto se toma en cuenta los tipos de periódicos según su tiempo de distribución: Periódicos diarios, Periódicos semanarios, Periódicos quincenales, mensuales o semestrales.

- **Periódicos diarios**, este tipo de periódico publica las noticias más recientes e importantes que se difunden, todos los días, el contenido noticioso abarca casi

todo el espacio de estas publicaciones.

- **Periódicos semanarios**, se distribuyen una vez a la semana, normalmente sábado o domingo, y suele contener las noticias ampliadas y complementadas con detalles adicionales, así mismo hay espacios para trabajos de periodismo de investigación, así como artículos de opinión de personalidades reconocidas en el medio.
- **Periódicos quincenales, mensuales o semestrales**, con esta periodicidad suelen distribuirse las publicaciones institucionales o empresariales, el tipo de contenido que se incluye en este tipo de periódico suele estar determinado al interés de una audiencia mucho más reducida y suele referirse a los logros y proyectos de alguna organización en cuestión.

2.6.3. Según la hora de distribución.

Esto hace referencia a la comercialización y repartición del periódico, entre los tipos de periódicos según su distribución están: los matutinos y los vespertinos.

- **Matutino**, suelen ser de circulación diaria y son distribuidos antes del amanecer para que sus lectores lo puedan adquirir a primeras horas de la mañana. Son eminentemente noticiosos.
- **Vespertino**, se distribuye en horas de la tarde y puede contener información que haya sucedido en horas de la mañana. En muchas ocasiones complementa la

información publicada en el periódico matutino.

2.6.4. Según su contenido.

El tipo de periódico por su contenido se subdivide en: Periódicos de información general y Periódicos especializados.

- **Periódicos de información general**, incluyen en sus páginas informaciones de distintas temáticas ordenadas en secciones y distribuidas en el orden de prioridad que impone la línea editorial del periódico.
- **Periódicos especializados**, se circunscriben a un contenido muy específico que interesa a un grupo muy particular de personas, por ejemplo, si es un periódico solo de deportes, este tratará los temas todos concernientes a lo que es el deporte. Si es de economía, tratará la economía del mundo y todos sus derivados.

2.6.5. Según el alcance de las informaciones que contiene.

Este tipo de periódico se clasifica según la distancia hasta donde llega la información, ya sea de manera: local, comunitario, nacional e internacional.

- **Locales**, son las informaciones relevantes que preocupan e interesan a los pobladores de una localidad en específico, su formato, su diseño y sus puntos de distribución se adaptan a las necesidades y costumbres de los habitantes del lugar.

- **Comunitarios**, su contorno de trabajo es más reducido, este promueve el concepto de periodismo popular, puesto que suele incluir textos e informaciones escritos por personas que no son necesariamente periodistas.
- **Nacionales**, este tipo de periódico contiene temas de interés para un país completo y se distribuye en la mayor extensión posible de ese territorio, son de mayor tamaño porque suelen incluir secciones que reflejan temas de interés de todo el medio territorial.
- **Internacionales**, si bien los periódicos nacionales, normalmente incluyen una sección referida a temas que ocurren en otras naciones, también existen periódicos que están dirigidos a las comunidades de inmigrantes.

2.6.6. Según su costo.

El tipo de periódicos según el precio de obtención de este medio se puede definir en: periódicos gratuitos, periódicos entregados con un monto de dinero y periódicos por suscripción.

- **Gratuitos**, su distribución es gratuita y suele estar vinculado a un periódico más grande que sustenta su producción, suelen distribuirlo en lugares públicos.
- **Pagos**, es la forma más común de encontrar los periódicos; se paga por ellos una pequeña suma de dinero en los distintos puntos de venta.

- **Por suscripción**, es otra modalidad de pago en la que el lector se inscribe en una lista de distribución y paga una cuota cada cierto tiempo para recibir la publicación cada vez que salga de manera directa en su casa, trabajo o correo electrónico.

2.7. Identidad.

La identidad tiene una variedad de conceptos y definiciones que de acuerdo a varios autores que investigaron sobre este tema y el impacto en el desarrollo y representación dentro de cada ser humano.

2.7.1. Concepto de identidad.

Según Larousse (2007) la identidad es un:

Conjunto de características datos o informaciones que son propias de una persona o un grupo y que permiten diferenciarlo del resto: la identidad es un pueblo. Conjunto de caracteres sociales, culturales, religiosos, etc., que diferencia una colectividad de otra identidad étnica.

La identidad se refiere a, “la organización de la conducta, habilidades, creencias e historia del individuo en una imagen consistente de sí mismo. Esto implica elecciones y decisiones deliberadas con respecto de la vocación y de una filosofía de vida” (Woolfolk, 1989, pág. 15).

Tres datos fundamentales a desempeñar:

- La historia del individuo.
- Las habilidades del individuo.
- Y las creencias del individuo.

Erikson (1968) menciona que la identidad es:

El esfuerzo por encontrar un sentido de sí mismo y del mundo, es un proceso sano y vital que contribuye a la fuerza del ego del adulto. Los conflictos que involucran el proceso sirven para estimular el crecimiento y el desarrollo” (pág. 34).

“Un primer significado de identidad se encuentra en las tradiciones metafísica escolásticas y aristotélicas que la concebían como uno de los principios fundamentales del ser y como una ley lógica del pensamiento” (Larrain, 2001, pág. 21). A esto podemos dar hincapié que todo ser humano o persona es realmente único y que este no puede contradecirse a la misma vez.

Como este autor nombra algunas tradiciones aristotélicas se procedió a buscar algo sobre este autor que fue nombrado en Azcarate (1875), el mismo habla lo siguiente de la identidad:

Además de la identidad accidental, hay la identidad esencial como la unidad en sí, a las cosas cuya materia es una, sea por la forma, sea por el número, sea

genéricamente, así como a aquellas cuya esencia es una. Se ve, unidad de muchos objetos, o de uno solo tomado como muchos (pág.16).

Es como determinar a la identidad personal desde su esencia y a la identidad colectiva como la identidad accidental, toda identidad tiene su esencia cuando se habla de individualidad.

“El fortalecimiento de la conciencia histórica, única posibilidad de una memoria que no sea mera moda retro ni evasión a las complejidades del presente” (Barbero, 2002, pág. 8).

2.7.2. Definición de identidad.

Larrain (2002) menciona que:

La identidad es la capacidad de ir construyendo una narrativa sobre sí mismo, en un proceso de relaciones sociales mediadas por los símbolos; los materiales simbólicos con los cuales se construye ese proyecto de identidad son adquiridos en la interacción con otros (pág. 32).

El individuo se experimenta a sí mismo no directamente sino indirectamente; se hace objeto de sí mismo solo al tomar las actitudes de otros individuos hacia él.

La identidad por lo tanto es la capacidad de considerarse a uno mismo como objeto y en ese proceso ir construyendo una narrativa sobre sí mismo. La identidad es un proyecto simbólico que el individuo va construyendo.

2.7.3. Características de la identidad.

2.7.3.1. La identidad es compuesta.

La identidad es la síntesis que cada uno hace de los valores y de los indicadores de comportamientos transmitidos por los diferentes medios a los que pertenece. Integra esos valores y esas prescripciones según sus características individuales y su propia trayectoria de vida. El extranjero integra a su identidad su estatus de inmigrante o de refugiado político y los cambios culturales que él ha vivido durante su estancia en el país de acogida.

2.7.3.2. La identidad es dinámica.

Esta frase de "Soy yo", será la respuesta de una persona a la que se pregunta lo que representa su identidad; llevándola más lejos en su razonamiento dirá: "es lo que en mí permanece igual". La permanencia aparece, efectivamente, como la característica más evidente de la identidad. Ésta está ligada a elementos que se repiten continuamente y que nos parecen permanentes: "soy así", "soy siempre la misma persona".

Este punto de vista no es totalmente erróneo pero los comportamientos, las ideas y los sentimientos cambian según las transformaciones del contexto familiar, institucional y social en el cual vivimos. La identidad es una estructura dinámica. Está en continua evolución. En definitiva, la identidad es constante a la vez que cambiante en el transcurso de la vida.

2.7.3.3. La identidad es dialéctica.

La construcción de la identidad no es un trabajo solitario e individual. Se modifica en el encuentro con el otro, cuya mirada tiene un efecto sobre ella. La identidad se sitúa siempre en un juego de influencias con los otros. En un constante movimiento de ida y vuelta, los otros me definen y yo me defino con relación a ellos. Estas mutuas definiciones revisten la vía de señales con mensajes verbales y no verbales, como la elección de un vestido o de un peinado. La interacción es la que hace dialéctica a la identidad.

2.7.4. Funciones de la identidad.

La identidad es el centro de dos acciones indispensables para el equilibrio psíquico de la persona.

- La primera consiste en darse una imagen positiva de sí misma
- La segunda, adaptarse al entorno donde vive la persona.

Es lo que se denomina funciones de la identidad: una función de valoración de sí mismo y una función de adaptación.

La función de valoración de sí mismo es la búsqueda que guía a todo ser humano a tener sentido y significación. Llegar a ser una persona de valor, a creerse capaz de actuar sobre los acontecimientos y sobre las cosas.

La función de adaptación consiste en la modificación de la identidad con vistas a una integración al medio. El individuo adapta algunos rasgos de su identidad, asegurando una continuidad. Se trata de la capacidad de los seres humanos de tener consigo su identidad y de manipularla, de su capacidad de cambiar sin perder la sensación de seguir siendo ellos mismos.

Locke (1704) en su ensayo sobre el entendimiento humano, menciona que:

La persona es un ser pensante e inteligente, provisto de razón y de reflexión y que puede considerarse a sí mismo como un ser pensante en diferentes tiempos y lugares; y esto lo puede hacer porque tiene conciencia, es decir, tiene la potencia de darse cuenta que es el mismo quien realiza todas esas acciones como ser pensante. En definitiva, la identidad personal no sería otra cosa que el estar provisto de la conciencia que le permite a cada uno ser lo que se llama sí mismo.

CAPITULO III

MARCO HISTÓRICO

A lo largo de la historia la comunicación tuvo una evolución favorable, no solo un cambio trascendental sino evolutivo, a medida del pasar de los años la comunicación escrita tuvo una dualidad de cambios y evoluciones que hicieron que hasta ahora puedan tener un resultado amplio de conocimiento sobre el tema. Es así el caso del periódico denominado también como comunicación escrita, que tuvo sus inicios a desarrollarse con una amplia gama de hechos históricos que hicieron temas de investigación y hoy en día son reliquias en la historia.

3.1. El inicio de los periódicos.

Lockwood (1992) menciona que:

El hombre siempre tuvo la necesidad de expresar sus pensamientos y sus sentimientos a través del tiempo es parte de su propia naturaleza. Esto ha dejado huella a lo largo de la Historia, en donde el hombre ha utilizado el lenguaje (oral o gráfico) como un instrumento para satisfacer exigencias del diario vivir además de características de la especie. Y en determinados momentos la palabra no llegó a alcanzar conceptuales suficientes, no fue sino con el correr del tiempo que se hizo cada vez más comprensivo y flexible. Desde la Prehistoria hubo noticias que transmitir o que pedir, y comentarios que hacer. Fue ahí que surgieron los

diferentes motivos de información, los que en siglos posteriores llevaron a la creación de diversas manifestaciones de cultura, de arte y de habilidad, así como en la Filosofía, en la Literatura, en la Oratoria o en el Periodismo, hasta llegar a los niveles alcanzados hasta hoy en día.

En un principio, las ideas del hombre expresadas mediante el lenguaje e imágenes fueron dibujadas o talladas, lo que lo llevo a la invención de la narrativa para crear una ilusión del orden de dichas ideas. Así, la pictografía fue el primer intento de ponerlas por escrito.

La aparición de la escritura fue hace 3000 ó 3500 años a.C, fue un acontecimiento que abrió posibilidades extraordinarias al conocimiento general. Desde las manifestaciones más primitivas hasta el uso contemporáneo de los instrumentos que la tipografía ha elaborado, se ha intentado dar una preparación eficaz de lo escrito destinado a todo el público. En su origen, la gente consideraba las palabras como algo divino y momentáneo.

La escritura y la forma de las letras evolucionaron y cambiaron todo esto. Con la escritura, las pictografías perdieron su significado original, y se convirtieron en un lenguaje codificado que debía enseñarse y aprenderse. Las imágenes fueron separadas de las palabras, creándose así, dos lenguajes diferentes, lo que condujo a una especialización que persiste hasta hoy en día.

3.2. Periódicos en Bolivia.

Periódicos en La Paz

• El Diario	• La Razón	• Extra	• Página 7
• Jornada	• Cambio	• El Alteño	

Periódicos en Santa Cruz:

• El Deber	• El Nuevo Día	• El Norte
• El Mundo	• La Estrella de Oriente	

Periódicos en Cochabamba:

• Los Tiempos	• Opinión	• La voz
---------------	-----------	----------

Periódicos en Oruro:

• La Patria	• Crónica
-------------	-----------

Periódicos en Potosí:

• El Potosí	• El Siglo	• La Época
-------------	------------	------------

Periódicos en Chuquisaca:

<ul style="list-style-type: none">• Correo del Sur

Periódicos en Tarija:

<ul style="list-style-type: none">• El País	<ul style="list-style-type: none">• El Nacional
<ul style="list-style-type: none">• Nuevo Sur	<ul style="list-style-type: none">• El Chaqueño

Periódicos en Beni:

<ul style="list-style-type: none">• La Misión	<ul style="list-style-type: none">• La Palabra del Beni
--	--

3.3. La inclusión de sectores vulnerables en periódicos.

Según la historia e investigación, la idea de crear un medio escrito llega de Londres donde se crea la revista The Big Issue que fue creada hace más de 27 años aproximadamente, y de otras ciudades europeas como Milán con Terre di Mezzo. Según la investigación realizada existen cinco versiones diferentes de The Big Issue en cinco ciudades del Reino Unido, y otras en Australia, Sudáfrica o Kenia.

No solo fue la creación de estos medios escritos con la idea de ser publicados sino de ayuda y colaboración a personas que necesitan ser incluidas en la sociedad, y de alguna manera ayudar y ofrecer una oportunidad de inserción laboral a un grupo socialmente vulnerable, una de estas fue la creación de la revista Hecho en Bs. As., fundado en Buenos

Aires-Argentina y la revista The Big Issue elaborado en Reino Unido. A continuación, breves reseñas históricas de las revistas mencionadas.

3.3.1. Medio escrito “Hecho en Bs. As.”

Este proyecto fue creado a partir de junio del año 2000 en Buenos Aires, Argentina, la publicación de esta revista tuvo como hilo conductor, editar una revista que las personas en situación de calle y sin trabajo puedan vender y que los lectores quisieran comprar. Esta revista es escrita por periodistas profesionales que cubren temas de interés general, actualidad, entrevistas a artistas, líderes comunitarios y personalidades, entre otras actividades realizadas y plasmadas dentro este medio.

La revista Hecho en Bs. As., es independiente, anti apologética y anti partidaria. Para llevar adelante el proceso de producción de esta revista forman parte colaboradores profesionales como reporteros gráficos, diseñadores, dibujantes. Es publicada mensualmente con temas de actualidad, música, entrevistas y enfoques sociales, en cada impresión publican información equilibrada de arte, cultura, espectáculos, comunidad y medio ambiente.

En palabras de la misma fundadora y editora de esta revista Merkin (s.a.) indica que:

Queremos que la revista sea un vehículo de comunicación concreta y directa entre dos grupos sociales; queremos que la revista sea el canal de conexión entre dos

sectores sociales que de otra manera no se habrían encontrado. Pero es sólo a través de un producto de calidad que eso se puede lograr. Utilizamos la comunicación como un verdadero instrumento de cambio social positivo.

Esta revista fomenta la autogestión y el desarrollo personal de personas que carecen de oportunidades, con la oportunidad de generar un ingreso digno, más que una revista tiene como fin de ayudar a los vendedores/as y completar un circuito de inclusión integral, esta organización brinda servicios sociales, talleres creativos y formativos, servicios sanitarios, derivaciones legales, entre otros.

La revista Hecho en Bs. As., es conocida como HBA y se distribuye en la misma capital y La Plata, en Buenos Aires, los vendedores la distribuyen y venden en centros culturales, salidas de cines y teatros, entradas de edificios de alta circulación de público, micro centros, plazas y avenidas.

Según el portal de esta revista, los vendedores compran esta revista por \$11 y la venden a \$35, de esta forma, obtienen una ganancia de \$24 por cada ejemplar vendido. Los vendedores se registran, reciben una capacitación y una credencial que los habilita para distribuir la revista que deben exhibir mientras venden y así mismo firman un código de conducta que deben cumplir. El objetivo principal es que los vendedores puedan recuperar su autoestima, salir adelante mediante sus propios medios y lograr su autonomía.

3.3.2. Medio de comunicación escrito “The Big Issue”.

Se publicó en 1991 debido al crecimiento de personas que duermen en las calles de Londres, este medio hace que se pueda ofrecer a las personas la oportunidad de obtener un ingreso efectivo mediante la venta de una revista al público. Tienen como misión fundamental dismantelar la pobreza creando oportunidades, a través de soluciones de autoayuda, comercio social y negocios.

Según su portal, la revista The Big Issue es una publicación que ha desafiado y configurado las percepciones del público e inspirado a más de 120 revistas similares en 35 países de todo el mundo. Esta revista es publicada semanalmente donde dan a conocer noticias y entretenimiento y es leída por aproximadamente 406,000 personas en todo el Reino Unido y circulan más de 82,000 copias en todo el Reino Unido cada semana.

Esta revista ofrece un medio diferente de venta que es a través de la suscripción mensual vía internet, de esta manera da trabajo a las personas que forman parte de esta fundación. La misión de The Big Issue es dismantelar la pobreza a través de la creación de oportunidades financiando el crecimiento de empresas sociales sostenibles y organizaciones benéficas en todo el Reino Unido.

Esta revista aborda problemas fundamentales relacionados con la exclusión social y financiera al trabajar con personas que han dado el primer paso para salir de la pobreza

mediante la venta de la revista y busca generar resultados positivos apoyando a los proveedores a acceder al servicio y soporte adecuados para satisfacer sus necesidades individuales, donde además de tener un trabajo obtienen capacitaciones, educación y aprendizaje, cuidado de la salud, vivienda y desarrollo personal.

Para esto, la misma fundación crea a The Big Issue Group el cual se encarga de realizar eventos durante todo el año, que incluyen eventos de recaudación de fondos, conferencias, recepciones, exposiciones y conciertos, que brindan acceso directo a una audiencia socialmente consciente y motivada.

Son más de 1500 beneficiarios aproximadamente en todo ese país, estos vendedores usan un tabardo rojo como uniforme laboral, y pueden elegir sus horas de trabajo. La revista Big Issue actualmente vende más de 83,000 copias aproximadamente cada semana, tienen 63 puntos de distribución y venta el Reino Unido.

Según el mismo portal, llegó a ser una empresa de inversión social multimillonaria que respalda a las empresas para impulsar el cambio social.

Durante más de 25 años, The Big Issue Group se ha esforzado por dismantelar la pobreza mediante la creación de oportunidades, convirtiéndose en una de las marcas más reconocidas y confiables en todo el Reino Unido.

CAPITULO IV

MARCO REFERENCIAL

Con la finalidad de describir elementos importantes que hacen que se reconozca e identifique de mejor manera al objeto de estudio en la presente investigación, este capítulo aborda aspectos como los antecedentes de la historia que abarca el periódico dentro una fundación, organización y proyecto de ayuda a personas de la calle.

4.1. Fundación *Hormigón Armado*.

Antes de la creación del periódico se creó la Fundación Arte y Culturas Bolivianas “Hormigón Armado”, con un perfil y un proyecto piloto donde el objetivo fue ayudar a un determinado sector que son los lustrabotas y personas en situación calle. La idea inicia con un grupo de amigos.

4.2. Antecedentes de la Institución.

La Fundación Arte y Culturas Bolivianas *Hormigón Armado* colabora a niños, niñas y jóvenes de la calle que trabajan en la ciudad de La Paz, a medida del tiempo este proyecto obtuvo una sólida reputación y un gran apoyo de la población.

La población objetivo de esta fundación es el apoyo a los niños y jóvenes de la calle y/o trabajadores y su enfoque esencial es el desarrollo como primera etapa hacia las personas

que trabajan como lustrabotas, una población especialmente discriminada según estudios de investigación realizadas dentro esta fundación.

Son alrededor de 3000 lustrabotas que prestan los servicios en las diferentes calles de la ciudad, se suman más si se incluyen a sus familias, actualmente esta fundación trabaja y colabora con alrededor de 30 lustra calzados, hasta el año 2015 contaban con 50 beneficiarios directos, debido a muchos factores algunos dejaron de participar.

Este sector sufre discriminación social que ha llevado a muchos a cubrir sus rostros con máscaras para no ser reconocidos como lustrabotas.

Esta fundación trabaja para defender y resaltar la dignidad del oficio de lustrar zapatos e instar a la sociedad hacia la solidaridad. Además, la necesidad urgente de proteger a los niños, niñas y adolescentes trabajadores y hacerles entender los peligros que pueden convertir el trabajo en explotación o que sea negativo para su desarrollo adecuado, los riesgos de la calle; incluyendo el abuso de drogas, pandillas, amistades negativas y, sobre todo, la agresión y la falta de apoyo de la sociedad.

La interacción con los beneficiarios tiene como objetivo principal, reforzar su autoestima y las herramientas necesarias para alcanzar sus objetivos y aspiraciones personales.

4.3. Reseña histórica.

Hormigón Armado nace hace 12 años en el año 2005, teniendo como población objetivo

a niños, niñas, adolescentes y jóvenes trabajadores que se dedican a diferentes fuentes laborales de carácter informal: lustra calzados, vendedores, y jóvenes que se encuentran en situación calle.

El proyecto inicia cuando Jaime Villalobos retorna a Bolivia tras haber vivido unos meses en Brasil, con la idea e inspiración de hacer algo por la población en situación calle, debido que, en Brasil, Jaime convivió e hizo amistades con muchas personas que se encuentran en esta situación.

Asimismo, este proyecto está enfocado en contribuir a la defensa de los derechos de todo niño, niña, adolescente, y joven trabajador que por situaciones de la vida varios de ellos trabajan para contribuir en los gastos de su familia o simplemente solventar gastos personales como estudio y alimentación.

Fue a finales del año 2005 que esta fundación fue tomando tierra de manera legal, paralelamente surgió la idea del periódico cultural.

4.4. Datos generales.

El periódico cultural *Hormigón Armado* es un proyecto cuyo lugar de funcionamiento se encuentra en la zona de Sopocachi c. Luis Uría de la Oliva esq. Vincenti N°2805, 2do piso.

Sus horarios de atención son de lunes a viernes de 9:00 a 18:00, su número telefónico es el 2418151 y su correo electrónico es: <http://hormigon-armado.wix.com/>.

4.5. Estructura de la Institución.

La Institución está dividida en 5 subsistemas, desde un enfoque sistémico, se subdividen en:

- ❖ Razón de ser
- ❖ Gerencial
- ❖ La estructura
- ❖ Lo tecnológico
- ❖ Lo psicosocial

4.5.1. Misión.

La contribución a la protección integral, la defensa y promoción de los derechos de los niños, niñas, adolescentes y jóvenes trabajadores y en situación calle, dando la contra a aquellos trabajos que atenten su desarrollo y dignidad como ser humano, además que como misión tienen el poder mejorar la situación de vida de este sector.

4.5.2. Visión.

Esta institución quiere lograr que los sectores vulnerables que atienden, sean visibles en la sociedad con entendimiento y solidaridad.

4.5.3. Principios.

Dentro los principios de la misma institución como indicaba Jaime Villalobos esta institución trabaja a partir de:

- ✓ La solidaridad.
- ✓ La accesibilidad.
- ✓ La honestidad.
- ✓ El respeto.
- ✓ El compromiso.
- ✓ La igualdad.

4.5.4. Líneas de acción.

- ✓ El periódico de los lustrabotas “Hormigón Armado”
- ✓ Los talleres Educativos
- ✓ Los lustrabotas como Guías turísticos
- ✓ La formación y capacitación técnica a lustrabotas y familiares directos
- ✓ El apoyo pedagógico a niños, niñas, adolescentes
- ✓ El apoyo Legal y el apoyo en la salud

4.6. Sistema gerencial de la Institución *Hormigón Armado*.

Cuando se abrió legalmente esta institución, el Lic. Jaime Villalobos Oroza asumió el de director, se hizo cargo del manejo administrativo, del control, y otras actividades con

el sector de los lustrabotas. Desde el año 2013 la Lic. Gabriela Claros asumió el cargo de la dirección de la institución. Hoy en día la directa encargada y presidenta en ejercicio es la Lic. Magdalena Chambilla, trabajadora social.

En cuanto a la planificación, organización y evaluación que lleva adelante esta institución, cabe señalar lo siguiente:

PLANIFICACIÓN	ORGANIZACIÓN	EVALUACIÓN
<p>_ No hay una planificación semestral o anual de todos los talleres que se realizan</p> <p>_ Los talleres son efectuados de acuerdo a la oferta de voluntarios o instituciones que quieran realizarlos</p> <p>_ Se realiza una reunión y coordinación previa con el director u/o Trabajadora Social para la implementación de talleres o actividades</p>	<p>_ Por el momento no hay reuniones formales de equipos de trabajo</p> <p>_ Ante un problema o caso de la población objetivo o institucional la solución y decisiones son dadas por el director y tratadas junto a la Trabajadora Social, en casos de mayor trascendencia las acciones se realizan de manera inmediata si el caso así lo amerita</p>	<p>_ Con este nuevo emprendimiento de la implementación de proyectos educativos no se ha realizado una evaluación con el equipo de trabajo</p>

<p>Actualmente se está Trabajando con: ABC, Sol&dar, Univ. Católica Boliviana, CIES. Psinergía, Marie Stopes, Defensoría del Pueblo</p>		
---	--	--

(Esbozo realizado por voluntarios y director dentro la documentación de Hormigón Armado).

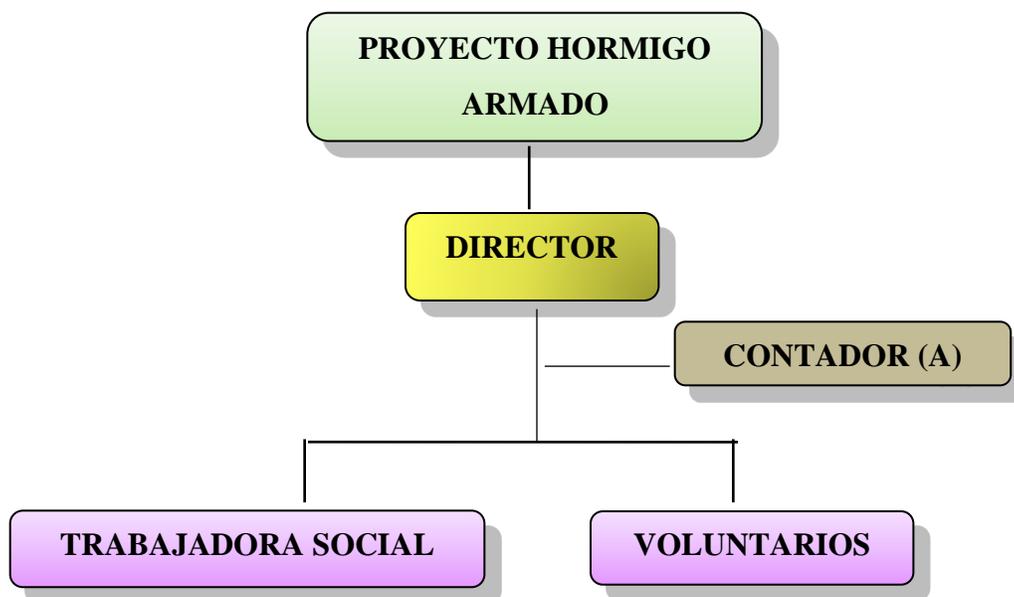
4.7. Subsistema estructural de la Institución.

Dentro de este subsistema se puede determinar el organigrama, y las funciones de su personal.

Cuando inicio *Hormigón Armado* no contaban con un organigrama, ya que el control y manejo de dicho proyecto estaba en manos de una sola persona. Persona que se hacía cargo de las actividades y las tareas junto al apoyo de voluntarios que ingresaban de diferentes instituciones nacionales e internacionales.

4.7.1. Organigrama de la Institución.

El presente organigrama toma en cuenta la implementación de 2 proyectos educativos vigentes a la fecha, noviembre de 2013.



4.7.2. Las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas de la Institución

En cuanto a las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la institución, cabe señalar lo siguiente:

F.O.D.A.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>-El periódico <i>Hormigón Armado</i> ayuda a difundir el trabajo que desempeña la Institución</p> <p>-Personal con compromiso y sentimientos de solidaridad para el trabajo que desempeñan</p>	<p>-Voluntarios con principios de solidaridad y compromiso</p>

<ul style="list-style-type: none"> -Ambiente amplio que contribuye al desarrollo de diferentes actividades y talleres -Ambiente equipado con computadoras e Internet para al servicio de la población objetivo y familiares -Confianza y apoyo de la población objetivo -Apoyo y amistad con la población objetivo -Talleres de capacitación e información para la población objetivo cada sábado -Reglamentos para ambos proyectos -Convenio con CDC. Área legal -Control y seguimiento de ambos proyectos por el personal de la institución -Proyectos de Educación enfocados al progreso y crecimiento de la persona y su entorno familiar y no así al asistencialismo 	<ul style="list-style-type: none"> -Coordinación y trabajo con SOLIDAR para seguimiento y control de todos los beneficiarios del proyecto educativo -Buena relación con la Lic. Janeth Villanueva encargada del Programa “Atención y protección a niños, niñas trabajadoras del municipio”. NAT’s -Instituciones que apoyan con talleres educativos y de prevención -Apoyo de la Fundación artes y culturas bolivianas -Apoyo de estudiantes de la Universidad Católica Boliviana en tareas y actividades del <i>Hormigón Armado</i> y la población objetivo -Financiamiento externo para proyectos “Formación y capacitación técnica”
--	--

<p>-Atención directa, amigable y bajo el principio de respeto a la población objetivo</p>	<p>- Contacto y buena relación con el Director del Hospital Arco Iris y el Proyecto Casa de Paso.</p>
<p>DEBILIDADES</p>	<p>AMENAZAS</p>
<p>-Falta de datos e información de la institución y la población con la que se trabaja</p> <p>-Falta de reuniones de equipo y voluntarios de trabajo para una mejor comunicación</p> <p>-Falta e actividades para niños y adolescentes los días sábados</p> <p>-Falta de material educativo para niños menores de 12 años en el apoyo pedagógico</p> <p>-No hay un recorrido y contacto directo con la población objetivo en su lugar de trabajo para identificar problemas o situaciones negativas o positivas.</p>	<p>-Instituciones que trabajan con la misma población</p> <p>-Posibilidad de finalización del financiamiento económico</p> <p>- Limitaciones financieras y técnicas para cumplir con metas y objetivos establecidos</p> <p>-Posibles Leyes o Decretos del Estado que puedan interferir el trabajo de Instituciones sociales y control de financiamiento externo</p>

<ul style="list-style-type: none"> - No hay un cronograma de actividades/talleres que se realice semestral o anualmente - Jóvenes con problemas de adicciones - Población objetivo sin apoyo en gastos de salud. 	
---	--

(Estructura: facilitado por la institución).

4.8. El Periódico Cultural *Hormigón Armado*.

Con la iniciativa de ayudar a un determinado sector como son los lustrabotas, se creó este periódico que nació con una idea y no así con un proyecto, donde funcionó a partir de un proyecto piloto como institución. A partir de la creación de esta institución se llevó adelante la creación del periódico.

4.8.1. Reseña histórica.

Paralelamente con la creación de la Fundación Arte y Culturas *Hormigón Armado* surge la idea de elaborar el periódico cultural, en junio de 2005, el proyecto inicia cuando Jaime Villalobos retorna a Bolivia tras haber vivido unos meses en Brasil, con la idea e inspiración de hacer algo por la población en situación calle, debido que, en Brasil, Jaime convivió e hizo amistades con muchas personas que se encuentran en esta situación.

En esta convivencia y socialización Jaime conoció un proyecto “The Big Issue”, revista vendida por indigentes; quienes la venden quedándose el 70% del ingreso y 30% va a la impresión. En base a este proyecto Jaime Villalobos replica la idea cuando regresa a Bolivia.

Para comenzar este proyecto reunió a un grupo de amigos: Alexis Camacho, comunicador que pasó un tiempo de editor del suplemento cultural Fondo Negro del periódico La Razón, escritor, poeta y con una red de contactos de artistas. Fernando Luna Pizarro, técnico en computación y todo lo relacionado a lo electrónico, trabajó en La Razón y otras publicaciones en temas de imprenta, Fernando tenía excelentes contactos y conocimiento del mundo de la imprenta y software de diseño.

Posteriormente se unieron al equipo Álvaro Morón, Narda Mustaffá, Edson Viorel, artista que realizó arte para el primer número del Hormigón, Kim Elliot una voluntaria inglesa y Luis Fernando Arrien. Con el equipo mencionado se abrió la oficina en el departamento de Jaime.

Al comienzo la idea del proyecto era mucho más amplia Alexis y Nano tenían su proyecto del portal la cual iba a ser como el periódico, pero en línea tenían distintos componentes, con una parte grande referente al medio ambiente como un portal para profesionales ambientalistas, biólogos, etc.

También había una radio de hip hop boliviano 24 horas al día con programas pre-grabados hechos con Alfonseka (Marraqueta Blindada) y con el doble propósito de producir y promover a raperos del Alto y de las laderas. Se lanzó el portal que se llamaba HiperTic y la radio hip hop que funcionaron por varios meses. También se promovió a varios artistas de hip hop que tuvieron posterior fama como ser Perro Pequeño y el famoso Ukamau y Ke (Q.E.P.D.) quien presentó su disco en El Hormigón Armado. Sin embargo, la demanda laboral era muy fuerte por tal manera decidió centrarse en el proyecto *Hormigón Armado* y dejar los otros proyectos.

4.8.2. La búsqueda de ideas para generar ingresos económicos para la impresión del periódico.

Según Jaime Villalobos el tema de dinero, “fue difícil porque desde el comienzo todos trabajaban en lo que podían”, poniendo a Jaime como ejemplo pues ejercía su trabajo como profesor de inglés, medio tiempo, Alexis y Nano trabajaban en una empresa de internet, etc.

Otra forma de generar ingreso y obtener dinero era un pequeño estudio de música que se instaló en el departamento de Jaime que se alquilaba para realizar ensayos, también funcionaba en la noche como un lounge cultural donde se vendía cerveza como una manera de conseguir ingresos económicos.

Este lugar Cultural se volvió un buen ambiente de muchos artistas, venían poetas, pintores, músicos, etc. Muchos contribuyeron con su arte al periódico y muchos lo siguen haciendo. Alexis y Nano eran los más presionados económicamente pues Nano era casado y tenía dos hijas (mellizas) y Alexis, también estaba casado y tenía una hija. Antes de que salga el primer número, Alexis se enteró que su esposa estaba embarazada de su siguiente hija.

Esta situación fue el motivo por el cual Alexis y Nano eventualmente dejaron el proyecto. Narda eventualmente consiguió un trabajo en la mina San Cristóbal en Potosí donde se fue unos meses para luego mudarse a Chile.

El *Hormigón Armado* comenzó a trabajar alrededor de junio 2005, el proyecto del periódico fue demasiado esperanzado en ese tiempo respecto al periódico, pues era de 30 páginas, con un tiraje de 5000. Sin embargo, el periódico no era conocido y la venta del mismo el tiraje y número de páginas lo hizo muy caro y posteriormente se fue rebajando ambos. Esto demoró el lanzamiento hasta noviembre de 2005, fecha en la que se logró cubrir los costos con contratos publicitarios. Los contratos fueron obtenidos en gran medida mediante contactos de los padres de Jaime.

4.8.3. La búsqueda de lustrabotas para la venta del periódico.

Respecto a la población beneficiaria y vendedora para este proyecto, debido a la presión de tiempo decidieron trabajar al comienzo con el PAC (Policía de Auxilio Ciudadano),

debido a que el PAC trabaja con varios centros y hogares en La Paz y El Alto, llevaron niñas y niños para que puedan beneficiarse también de varios talleres.

La población objetivo era la niñez y juventud trabajadora de la calle, la cual muy pronto se vio representada por la población lustrabotas y su enfoque de cambio hacia ellos. Los primeros 2 números presentaron dificultades en su venta, porque la población paceña no conocía este nuevo proyecto.

Según Jaime Villalobos, en la tercera edición llegó Manu Chao a La Paz traído por una amiga de Alexis, por el contacto se lo llevo alrededor de La Paz, a la Wayna Tambo en el Alto, y al estudio de Marraqueta Blindada donde grabaron una canción juntos. En su concierto subió al escenario a un par de vendedores del periódico y preguntó al público ¿Cómo no apoyan a este proyecto? Ese día indican que casi así se agotó ese número en su concierto y además dejó algo de dinero para continuar. Eso les dio fuerzas para más publicaciones. Jaime apoyo en esta primera parte luego viajo a Nueva Zelandia para realizar su Maestría.

El proyecto continuó dirigido por Alexis y Nano por varios números y su popularidad creció haciéndose cada vez más fácil su venta y creándose la relación con las vendedoras y vendedores de hormigón armado. Sin embargo, Alexis y Nano tenían presiones económicas y no pudieron dedicarse mucho a la búsqueda de publicidad, lo que causó que no se pueda sostener la impresión de los periódicos.

4.8.4. Los predios de la Fundación Arte y Culturas Bolivianas en el desarrollo del periódico.

Mientras cayó el apoyo publicitario, los padres de Jaime y su hermano lanzaron la Fundación Arte y Culturas Bolivianas con la intención de apoyar la manifestación artística y cultural boliviana y para este fin se hicieron varios proyectos, esto con el propósito de impulsar a artistas plásticos, pues como se sabe la primera experiencia siempre suele ser difícil, ya que le fue difícil obtener apoyo de galerías, fue por esta razón que se puso a disposición del público salas de exposición de arte en el Centro Arte y Culturas Bolivianas.

En ese espacio los artistas podían exhibir su obra gratis y sin que se les cobrara comisión por su venta. Allí expuso, por ejemplo, Rosmery Mamani antes de que sea conocida. La parte de abajo del centro, donde hoy es el apoyo escolar, era el Luna Llena Café Concert, fue un espacio artístico donde se hacía teatro, actividades con cuentacuentos y música más variada (desde flamenco a folklore).

La Fundación organizaba y prestaba sus salas para eventos culturales, seminarios, talleres, etc. volviéndose en un lugar muy activo culturalmente por unos 5 años. Paralelamente la Señora Isabel (mamá de Jaime), ayudaba a niñas y niños de escasos recursos con problemas de salud recaudando así fondos para sus operaciones y tratamientos, cabe

recalcar que esto se financió con los ingresos del Luna Llena Café Concert y el Restaurante Villaserena.

A la llegada de Jaime a Bolivia el periódico volvió a salir y se trabajó con mucho más impulso, se realizaron 2 proyectos para recibir financiamiento, el primer proyecto referido a la “Formación técnica de jóvenes trabajadores” proyecto que tiene como objetivo, apoyar económicamente en la formación y capacitación de una carrera técnica, la mayoría de los jóvenes y personas adultas debido a la falta de dinero no culminaron sus estudios secundarios ni la universidad, de esa manera el proyecto se enfocó a esta población, para brindarles una oportunidad de formación y capacitación para obtener mejores oportunidades de trabajo y poder crecer en su formación.

Son muchos jóvenes que fueron beneficiados con este proyecto ya que se encuentran estudiando en diferentes cursos de capacitación como mecánica industrial, metal mecánico, pollería, alimentación, repostería, peinados y cosmetología, etc.

El segundo proyecto es “Apoyo pedagógico” a niños, niñas y adolescentes que se encuentran en etapa escolar primaria y secundaria, con el propósito de apoyarlos en sus estudios y de esta manera evitar que repitan cursos o dejen la escuela, dentro de las instalaciones del *Hormigón Armado* se les apoyo y apoya en sus tareas e investigaciones.

Ambos proyectos son de prueba piloto, iniciaron en enero de 2014, con el financiamiento del Señor Gregor de nacionalidad sueca, quien confió y apoya a estas ideas para el

progreso y desarrollo de niños, niñas y jóvenes que requieren un apoyo y confianza para su progreso.

4.8.5. Los talleres semanales para los lustrabotas y sus familias.

A cambio de vender el periódico *Hormigón Armado* y recibir todos los beneficios del proyecto, la población beneficiaria debe participar en talleres semanales. Para esto la Fundación Arte y Culturas Bolivianas brinda el espacio adecuado, además apoya con material educativo y desayuno o té para cada participante. Los talleres se llevan a cabo por voluntarios e instituciones nacionales e internacionales que son invitados.

Ya en los 12 años que se llevan adelante estos talleres semanales se tocó una gran cantidad de temas de desarrollo personal y laboral que involucraron a una gran cantidad de participantes que además traen a sus familias como ser sus hijos y esposa. Durante este tiempo los talleres que se fueron dando iban enfocados a temáticas de particular relevancia para la juventud que vive y/o trabaja en las calles de la ciudad de La Paz.

El objetivo central siempre fue la revitalización de la autoestima, dentro las temáticas de los talleres incluyeron al deporte, los derechos humanos, primeros auxilios, trata y tráfico de personas, salud sexual y reproductiva, drogadicción, medio ambiente y otros.

Dentro la ayuda y la elaboración de estos talleres se evitan cualquier relación o combinación con temas políticos y temas religiosos, ya que la ayuda es netamente incondicional. Entre las instituciones que colaboraron están:

- _ La ONU.
- _ La municipalidad.
- _ La Defensoría del Pueblo.
- _ CIES.
- _ Mary Stopes.
- _ Reacción Climática.
- _ CEPROSI.
- _ Fundación Alternativas y otros.

Los talleres anteriormente mencionados, se llevaban a cabo los días sábados de 10:30-12:30 hasta el año 2015, debido a la organización del tiempo de los participantes, en la actualidad los talleres se llevan cabo los viernes de 16:00 a 18:00, en cuanto al lugar, se mantuvo en La Fundación Arte y Culturas Bolivianas, que se encuentra en la zona Sopocachi, cerca de la plaza España.

4.8.6. Los lustrabotas como guías turísticos.

Además de la creación del periódico para el beneficio de los lustrabotas se vio la necesidad de la gente que ingresa a Bolivia que buscan personas que les puedan guiar y por esta

razón se creó esta iniciativa “El *Hormigón Armado* Tours”, ayudan a los extranjeros para visitar y conocer los barrios populares y mercados de la ciudad de La Paz, donde el enfoque principal es la vida cotidiana y costumbres locales.

Los guías son amigables ya que conocen estas zonas como la palma de su mano, con su singular perspectiva y relato logran enriquecer la experiencia del visitante.

Los integrantes y guías son 12 lustrabotas que forman parte del proyecto *Hormigón Armado*, los mismos recibieron una extensa capacitación por parte de profesionales en el área. El 90% del costo del tour va directamente para los guías, siendo un apoyo importante para ellos y sus familias.

Estos 12 guías fueron seleccionados debido al compromiso y responsabilidad con la que participan dentro el mismo proyecto y con el periódico. Como visión tienen el de hacer del turismo una alternativa profesional de empleo firme para los guías que además de ganar experiencia, tengan la capacidad más adelante de ayudar a sus compañeros.

Este tour tiene el valor de 80 bolivianos por persona y el mismo tiene descuentos cuando son grupos grandes, la duración es de 3 horas y media de recorrido a pie, en cuanto a la reserva, se realiza con dos días de anticipación.

4.8.7. *Hormigón Armado.*

El Periódico *Hormigón Armado* es una publicación que sale de manera bimensual, son

5000 ejemplares por número que se venden en la ciudad de La Paz por 50 lustrabotas y jóvenes trabajadores de la calle. El precio de este periódico es de 4 bolivianos por ejemplar, el 75% de la venta es para quien lo vende, quien asume los compromisos del proyecto como ser el participar en talleres semanales, 25% del costo es para una bolsa de ahorros que son utilizadas en emergencias médicas.

El periódico es un gran apoyo para la vida de los lustrabotas, niñez y juventud de la calle trabajadora, quienes contribuyen para gran parte de su contenido, ya que se publican temáticas relevantes de esta población, a los derechos humanos y, en particular, problemáticas de la niñez y adolescentes que trabajan y/o viven en las calles de la ciudad de La Paz.

CAPITULO V

MARCO METODOLÓGICO

5.1. Estrategia cualitativa.

Para Rodríguez, Flores, y García (1996):

La investigación cualitativa implica la utilización y recogida de una gran variedad de materiales –entrevista, experiencia personal, historias de vida, observaciones, textos históricos, imágenes, sonidos- que describen la rutina y las situaciones problemáticas y los significados en la vida de las personas.

En el caso de este trabajo la estrategia metódica – cualitativa es aplicada en esta investigación debido a que se examina la cotidianidad de vida que llevan los lustrabotas para elaborar el periódico, a través de sus problemáticas en su entorno y como se relaciona la construcción y afirmación de estos mismos sobre su identidad personal y grupal, las mismas creadas en las categorías planteadas anteriormente en el problema. Para la cual se vio adecuada desarrollar esta estrategia de la siguiente forma:

5.2. Tipo de investigación.

La investigación correlacional, examinar el proceso de elaboración del periódico y como este se relaciona con la construcción y afirmación de identidades personales y grupales de

un sector determinado en la sociedad.

La investigación también es descriptiva, respecto a detallar qué formas narrativas utiliza el sector de lustrabotas en el periódico cultural.

“Los estudios descriptivos busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (Hernández y otros, 2006).

Los datos a describir serán los procesos de elaboración del periódico cultural *Hormigón Armado* y el contenido que manejan, las temáticas que integran los lustrabotas a sus escritos que aportan para la elaboración y publicación del periódico.

Así mismo el autor explica de los estudios correlacionales que también ayudara a verificar la relación de la elaboración de un periódico con la construcción y afirmación de la identidad en los lustrabotas, esta sea de manera grupal y/o personal. Un estudio correlacional, “asocia variables mediante un patrón predecible para un grupo o población”. (Sampieri, 2006).

Entre las categorías a relacionar en este trabajo de investigación están: la construcción de una identidad personal o grupal a través de la elaboración del periódico, la afirmación de una identidad personal o grupal a través de la elaboración de este medio escrito, el manejo del periodismo cultural en la elaboración del periódico.

5.3. Enfoque.

La presente investigación se argumentará a través del enfoque cualitativo, donde el paradigma a utilizar es el constructivista, ya que los lustrabotas buscan construir y a la vez afirmar su identidad ya sea grupal o personal a través del aporte con sus escritos al periódico.

Para Sandoval los paradigmas: Crítico Social, Constructivista y dialógico asumen que el conocimiento es una creación compartida a partir de la interacción entre el investigador y el investigado donde los valores se juntan e influyen para la generación de los conocimientos lo que hace necesario entrometerse o integrarse en la realidad, así identificando el objeto de análisis.

La propuesta de esta investigación es examinar el proceso de elaboración del periódico y como este se relaciona y/o interactúa para construir y afirmar identidades en el sector de los lustrabotas de la ciudad de La Paz.

En este trabajo de investigación se maneja otro paradigma que también es parte del enfoque se habla del paradigma cualitativo donde el propósito consiste en la búsqueda principal para encontrar el significado de la comprensión a la realidad. Lo que respecta al paradigma cualitativo. Según Rivera, el paradigma cualitativo explica:

- Los significados de la interpretación que hace el investigador de la realidad.

- En el contexto los factores que forman parte de la vida social, cultural, ideológica física, económica del investigado.
- Identificación del escenario donde estarán los investigado y el investigador junto a las actividades de manera progresiva a través de los grupos focales.
- Esencialmente en la cultura donde se ve que hace, que sabe que construye el investigado.

Este paradigma resalta lo siguiente “afirmar que el paradigma de la investigación cualitativa es el punto de partida del conocimiento científico, es real que mediante la investigación se permite llegar a la ciencia, el científico observa, descubre, explica y predice aquello que los lleva a un conocimiento sistemático de esa realidad, además tanto los fenómenos, los hechos y los sujetos son rigurosamente examinados o medidos en términos de cantidad, intensidad o frecuencia por lo que la realidad se considera estática y se pretende la objetividad en el investigador ya que las situaciones extrañas que afecten la observación y la objetividad del investigador se controlan y evitan.

Además, se considera que hay una realidad allá afuera que debe ser estudiada, capturada y entendida, esta herramienta es idónea para construir conceptos y regresar desde ellos a conocer la realidad concreta para contrastarlos y verificar su correspondencia”.

5.4. Métodos.

El método de investigación lo define como el procedimiento riguroso, formulado de

manera lógica, que el investigador debe seguir en la adquisición del conocimiento (Méndez, 1999, pág. 132).

5.4.1. Método Cualitativo-Inductivo.

Para efectos de esta metodología, se adopta la propuesta de Taylor y Bogdan (1987), por considerarla interesante ya que describen con mayor amplitud la metodología cualitativa, el cual se puede distinguir por la siguiente característica:

- ✓ La investigación cualitativa es inductiva. Los investigadores desarrollan conceptos y comprensiones partiendo de pautas de los datos y no recogiendo datos para evaluar modelos, hipótesis o teorías preconcebidos. Los investigadores siguen un diseño de investigación flexible, comenzando sus estudios con interrogantes vagamente formuladas.

5.4.2. Método Integrador –Descriptivo.

El método integrador es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema, este enfoque es relativamente reciente y todavía se analizan las diversas posibilidades y formas de integración que pudieran ser exploradas, este enfoque integrador va más allá de la simple recolección de datos.

5.5. Técnicas para el recojo y análisis de la información.

5.5.1. Observación directa.

En opinión de Sabino citado por Méndez (1999):

La observación es una técnica antiquísima, cuyos primeros aportes sería imposible rastrear. A través de sus sentidos, el hombre capta la realidad que lo rodea, que luego organiza intelectualmente. La observación puede definirse, como el uso sistemático de nuestros sentidos en la búsqueda de los datos que necesitamos para resolver un problema de investigación.

La observación es directa cuando el investigador forma parte activa del grupo observado y asume sus comportamientos; recibe el nombre de observación participante. Cuando el observador no pertenece al grupo y sólo se hace presente con el propósito de obtener la información, la observación, recibe el nombre de no participante o simple. La observación cualitativa no es mera contemplación por el hecho de sentarse y ver el mundo, implica adentrarse en profundidad a situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente y estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones.

Todo hecho y situación tiene acción y reacción por lo que esta técnica se aplicara para observar de manera empírica en primera instancia como se elabora el periódico *Hormigón Armado*, y como escriben los lustrabotas para aportar con sus escritos al periódico.

5.5.2. Recolección de datos.

Hernández y otros (2006), mencionan que:

El papel del investigador en la recolección de los datos cualitativos debe ante todo respetar a los participantes y nunca desperdiciarlos, y quien viole esta regla no tiene razón de estar en el campo, por lo que debe de ser una persona sensible y abierta. Para la realización de una investigación cualitativa se llevan a cabo entrevistas a personas involucradas en dar las respuestas a la interrogante central. Las fuentes específicas que se utilizan en la recolección de la información son, notas de campo, como producto de las actividades de observación, así como de libros, prensa local, revistas especializadas, documentos internos de la empresa, Internet y otros materiales documentales, como tesis de grado, enciclopedias y diccionarios, entre otras.

En el caso de esta investigación se recolecta los ejemplares de las gestiones 2013 -2015 para verificar el proceso de elaboración de este medio y determinar el grado de participación de los lustrabotas.

5.5.3. Grupo focal.

Un grupo focal es “una reunión de individuos seleccionados por los investigadores para discutir y elaborar, desde la experiencia personal, una temática o hecho social que es objeto de una investigación elaborada” (Korman).

Por lo que a través de esta técnica se ayude a verificar si construyen o no su identidad, así mismo si afirman o no su identidad en el aspecto grupal y personal de cada uno de los ilustrabotas que protagonizar el periódico *Hormigo Armado*.

5.5.4. Encuestas cualitativas.

Méndez (1999), menciona que las encuestas:

Se hacen a través de formularios, los cuales tienen aplicación a aquellos problemas que se pueden investigar por métodos de observación, análisis de fuentes documentales y demás sistemas de conocimiento. La encuesta permite el conocimiento de las motivaciones, las actitudes y las opiniones de los individuos con relación a su objeto de investigación. La encuesta tiene el peligro de traer consigo la subjetividad y, por tanto, la presunción de hechos y situaciones por quien responda; por tal razón quien recoge información a través de ella debe tener en cuenta tal situación.

A partir de la aplicación de esta técnica se pretende tener un análisis cualitativo de los integrantes y colaboradores que hacen posible la publicación de este periódico, así mismo esta técnica ayudara a identificar si construyen una identidad grupal, personal y como es que incluyen sus escritos para publicar en este periódico.

5.5.5. La entrevista.

La entrevista cualitativa es más íntima, flexible y abierta, por lo que se define como una reunión para intercambiar información entre una persona llamada entrevistador y otra denominada entrevistado o entrevistados. Las primeras entrevistas en la investigación cualitativa son abiertas y de tipo piloto y van estructurándose conforme avanza el trabajo.

Las entrevistas a profundidad aplicadas exclusivamente a los fundadores y personajes que hacen posible la publicación del periódico, además para indagar sobre como los lustrabotas aportan y se ayudan, también a los voluntarios para examinar sobre como aportan su ayuda a los lustrabotas.

5.6. Población y muestra.

La población se constituye en aproximadamente 40 lustra calzados, sin embargo, se priorizo a los que asisten consecuentemente a los talleres y venta de periódicos que son los lustra calzados.

Se tomó en cuenta la muestra no probabilística por conveniencia, al respecto se estableció una muestra de 15 a 20 lustra calzados aproximadamente que asisten de manera consecuente a los diferentes talleres que se realizan cada viernes o sábados.

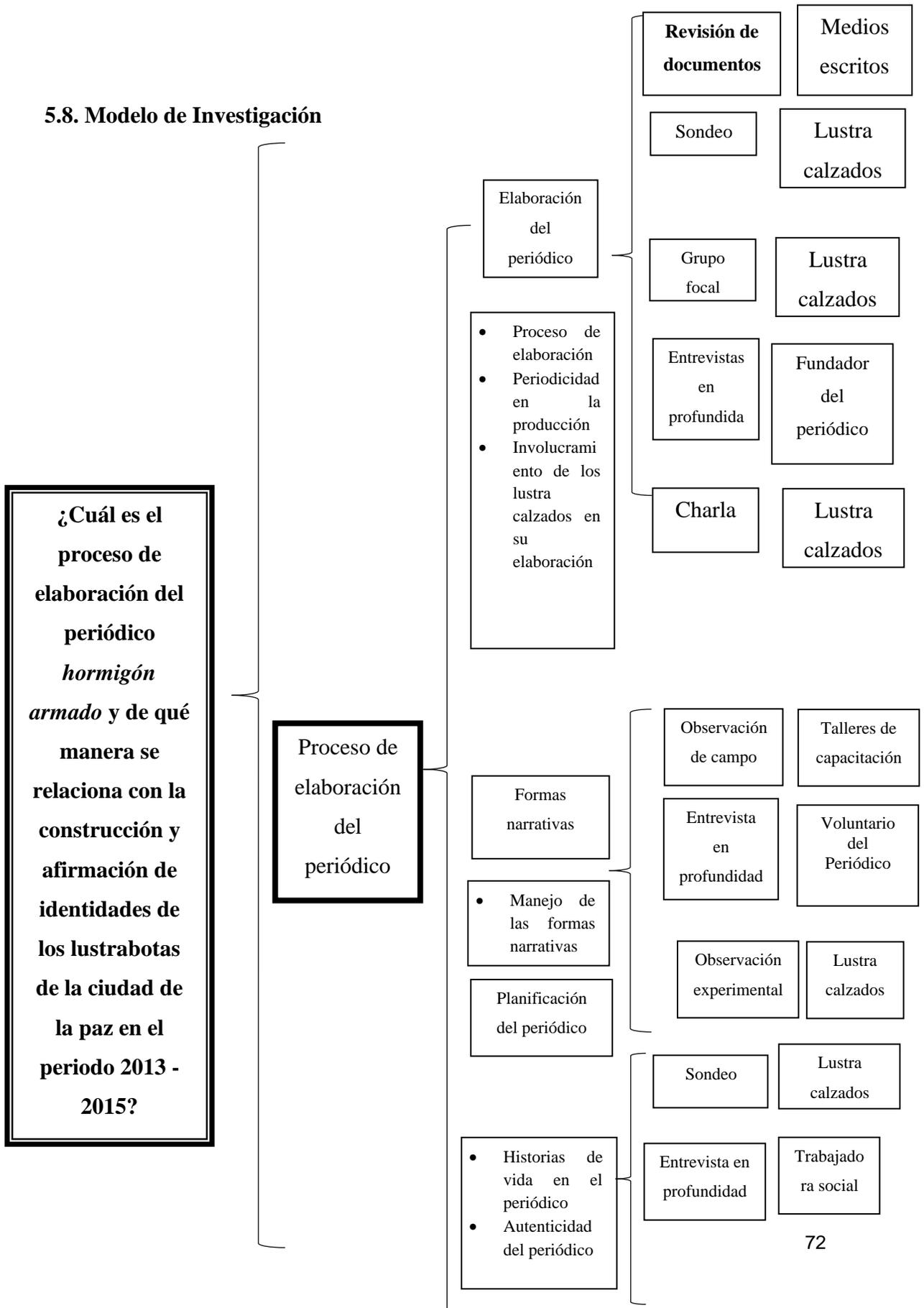
5.7. Instrumentos.

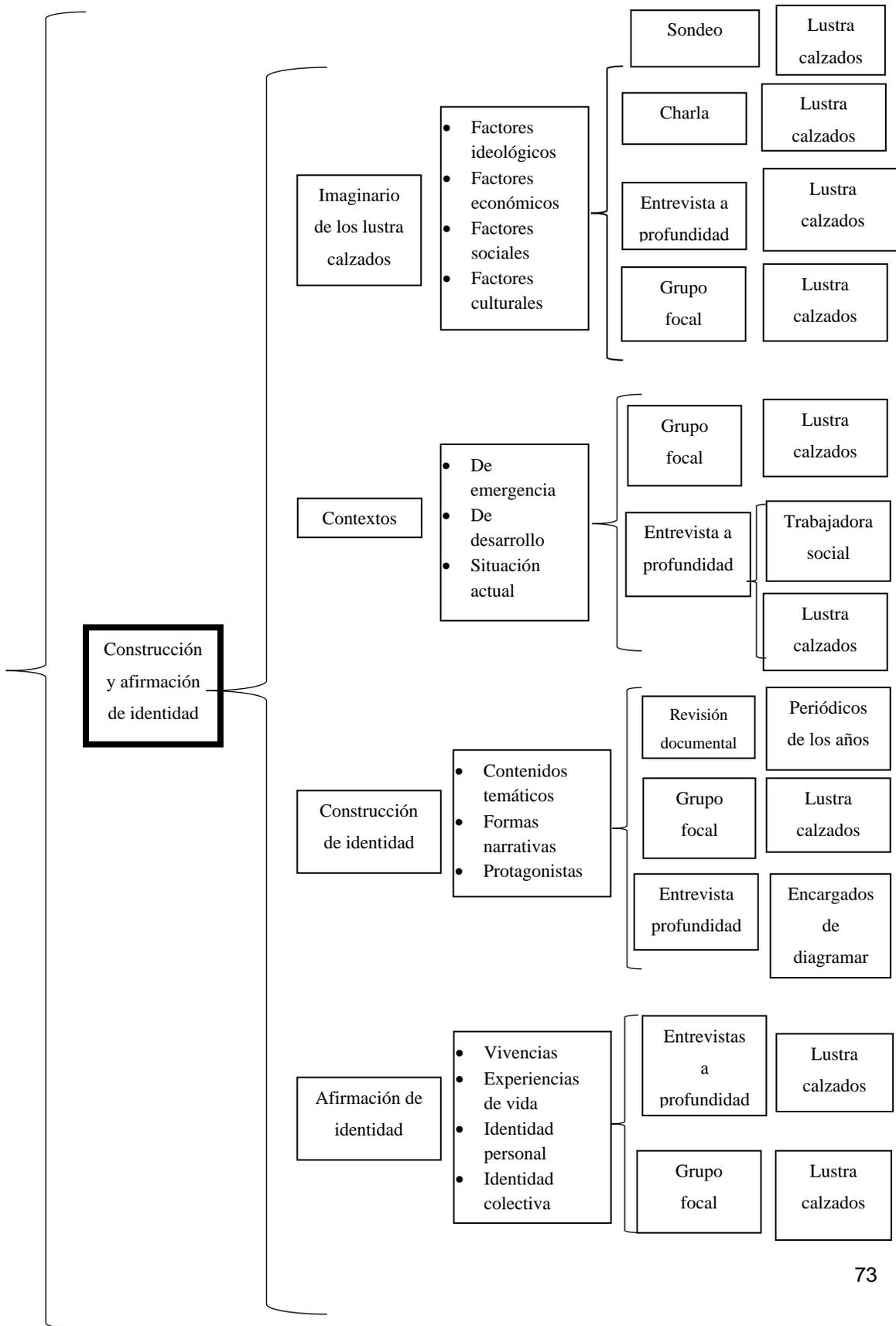
Los instrumentos serán las herramientas que adoptara la investigación en función a las técnicas y metodologías adoptadas. Mediante estas se da curso a los objetivos operativos

mostrados en la delimitación temática. A continuación, se describirá mejor en el siguiente cuadro:

CATEGORÍAS	MÉTODO	TÉCNICA	INSTRUMENTO
El Periódico (proceso de elaboración)	Deductivo Análisis Síntesis	Observación documental Observación de campo Entrevistas en profundidad Grupo focal	Documentos recopilados Cámara fotográfica Cuestionario de entrevista Guía para el grupo focal
La identidad (Afirmación y construcción)	Deductivo Análisis Síntesis	Observación documental Observación de campo Entrevistas en profundidad Grupo focal	Documentos recopilados Cámara fotográfica Cuestionario de entrevista Guía para el grupo focal
Elaboración del periódico en la construcción y afirmación identidades	Deductivo Análisis Síntesis	Observación documental Observación de campo	Documentación final por variable Fotografías

5.8. Modelo de Investigación





CAPITULO VI

PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

El presente capítulo contiene la descripción de datos de las técnicas señaladas anteriormente. La recolección de datos se basó en los indicadores, dimensiones y categorías que se delimitaron inicialmente, al mismo tiempo se siguió un orden específico determinado en los objetivos operacionales realizados en base a los objetivos específicos y al objetivo general, visiblemente relacionados al núcleo de la investigación, el problema.

6.1. El periódico de los lustrabotas *Hormigón Armado*.

En cuanto a la categoría “Periódico” (medio de comunicación escrito), se definió como un medio de comunicación masivo y esta puede circular a nivel nacional, a nivel ciudad, o también a nivel municipal de forma impresa, incluye distintas temáticas además que se complementa con fotografías, las mismas que hacen una descripción gráfica.

En esta categoría se estudiaron 2 dimensiones y/o componentes: Elaboración del periódico *Hormigón Armado* y posición del periódico.

6.2. Elaboración del periódico *Hormigón Armado*.

Para delimitar este componente se tomó en cuenta los siguientes indicadores: Proceso de Elaboración del Periódico “Hormigón Armado”, análisis del periódico, clasificación del tipo de periódico, factores ideológicos, económicos, sociales y culturales en el imaginario

de los lustrabotas dentro el periódico, y por último el indicador de periodicidad del periódico.

En cuanto al **Proceso de Elaboración del Periódico**, se observó documentalmente y por la entrevista a profundidad que, si bien esta idea nació como una idea, llegó a ser un proyecto de ayuda a sectores de niveles socioeconómicos muy bajos entre ellos los lustrabotas, ya que mucho se encontraban en situación calle.

Esta idea fue pensada y elaborada por Jaime Villalobos quien fue uno de los fundadores del periódico ya que salió al extranjero y vio casos similares como la que vio en su país Bolivia y conoció un proyecto “The Big Issue” una revista que era vendida por indigentes donde lo que vendían se quedaban con el 70% del ingreso y 30% que iba a la impresión de esa revista. En base a este proyecto Jaime Villalobos trató de realizar una réplica en su retorno a Bolivia, no exactamente una revista sino la elaboración de un periódico.

Según la observación documental y entrevista a profundidad, el proceso de elaboración de este periódico fue el siguiente:

En cuanto al concejo de redacción, se realiza la reunión de los componentes de *Hormigón Armado* para la organización de los artículos a redactarse, entre las personas que se reúnen están la dirección, el equipo de coordinación, administración, trabajo social, el equipo de diseño editorial que la mayoría son voluntarios nacionales o extranjeros, el equipo de

apoyo de redacción, y colaboradores voluntarios externos.

El contenido a elaborarse dentro el periódico se lleva a cabo con la dirección, junto a la trabajadora social, voluntarios, aquí se determina el mini cronograma de talleres con temas a desarrollarse con la interacción entre instituciones que dan el taller y la complementación mediante comentarios del equipo de lustrabotas-beneficiarios, con talleres sobre temáticas sociales, de educación e información acerca del sector, cultura, e historias de vida de los lustrabotas.

Las reuniones para los talleres se realizan de manera semanal por temas de interés para el sector. Es aquí donde se incluyen opiniones y comentarios sobre algún determinado tema en beneficio del conocimiento. Una gran parte del contenido surge a partir de las ideas de los lustrabotas ya que dan las sugerencias sobre las temáticas a publicarse en el periódico y con el aporte de opiniones y comentarios que se realizan al finalizar de cada taller.

En las gestiones 2013-2015, la redacción de los diferentes artículos se realizó por dirección, trabajo social, administración, y voluntarios, los cuales participan en el proceso de elaboración de un determinado artículo a redactarse, en algunos casos los colaboradores son comunicadores que aportan con un corto tiempo para redactar algún artículo referido a educación, cultura, temas sociales y otros, entre los que aportan al contenido de este medio también están los lustrabotas con algún tipo de entretenimiento como ser cuentos,

poemas, crucigramas y con reglones de opinión o comentarios de actividades que realiza este sector y con la narración de alguna experiencia sobre temas de interés.

En cuanto a la edición y maquetación son y fueron realizadas por colaboradores voluntarios y por Jaime Villalobos, quienes se encargan de maquetar el contenido del periódico.

La impresión se realiza de acuerdo a la cotización que hace administración donde se analizan precios y escogen el precio más barato ya que las impresiones de las gestiones 2013 y 2014 son de un solo color (negro), a partir del 2015 se imprime el periódico a colores, para la impresión se lleva la maqueta ya editada a la imprenta con la cotización más baja.

La distribución inicia con la entrega de los periódicos a los lustrabotas, cada lustrabotas recoge una cantidad determinada de periódicos de acuerdo a su participación en los talleres semanales, que se reparten y venden en las diferentes calles y zonas de la ciudad de La Paz como ser El Prado, la Av. 6 de agosto, San Miguel, Miraflores, y otros.

En cuanto al **Análisis del periódico**, se determinó este indicador con la organización de las partes de un periódico y el análisis del mismo que debe estructurarse de modo coherente, teniendo en cuenta que las partes permiten entregar la información en forma

ordenada. Cada una de ellas tiene asignada una función distinta, diferenciada de las demás por su tipografía y ubicación en el periódico.

Con una noción sobre el análisis del periódico, la investigación tomo este indicador para determinar exactamente como está compuesto este periódico. Este análisis se llevó a cabo a través de la observación documental de los periódicos de las gestiones 2013, 2014, y 2015.

En cuanto a los aspectos generales del periódico se identifica la cabecera, la fecha y el precio: en las publicaciones se observan que en la cabecera lleva Periódico Cultural de los lustrabotas La Paz, Bolivia con los respectivos meses, el año, el Número de publicación seguido del nombre del periódico "*Hormigón Armado*". En cuanto al precio se encuentra en la parte inferior derecha en algunos periódicos se encuentran en el parte inferior izquierdo.

En cuanto a las características como publicación se encuentra en la parte inferior una pequeña descripción sobre el aporte que se hace al realizar la compra de este periódico. Sale de manera bimensual como se muestra en la descripción de la fecha, en cuanto al alcance, es a nivel La Paz-Bolivia, no presenta el número de páginas ni presenta ningún tipo de suplemento adicional.

En cuanto a las tres funciones básicas de un periódico se pudo determinar que este periódico cumple con informar, pero no hechos actuales, sino informar sobre actividades

que realiza el sector de los lustrabotas, también cumple con orientar, ya que se tocan temas de interés social como la trata y tráfico de personas, el alcoholismo, la violencia intrafamiliar, etc. y por última función el entretener. Se pudo observar que si entretiene a través de artículos educativos, poemas, crucigramas y otros.

En cuanto a las partes del periódico, se estudió la portada, el cuerpo del periódico y la contraportada. En cuanto a la portada se observó que en todas las publicaciones se encuentra fotografías de lustrabotas que fueron sacadas por colaboradores y fotógrafos voluntarios.

El cuerpo del periódico no se encuentra separado por secciones. En cuanto al contenido, se pudo evidenciar que existen artículos referidos al arte, cultura, educación, editoriales informativos, del sector y artículos de opinión con mensajes que emiten los lustrabotas sobre temas sociales, como la violencia intrafamiliar. En las diferentes páginas del periódico se encuentran narraciones de historias de vida de los lustrabotas. En la contraportada se observó exclusivamente publicidad, en dos publicaciones se encontró fotografías de los lustrabotas.

En cuanto al análisis de los textos dentro el periódico, se pudo evidenciar editoriales, artículos de opinión e información sobre cultura, educación, arte, y temas sociales, a esto se adjunta la narración de historias de vida de lustrabotas.

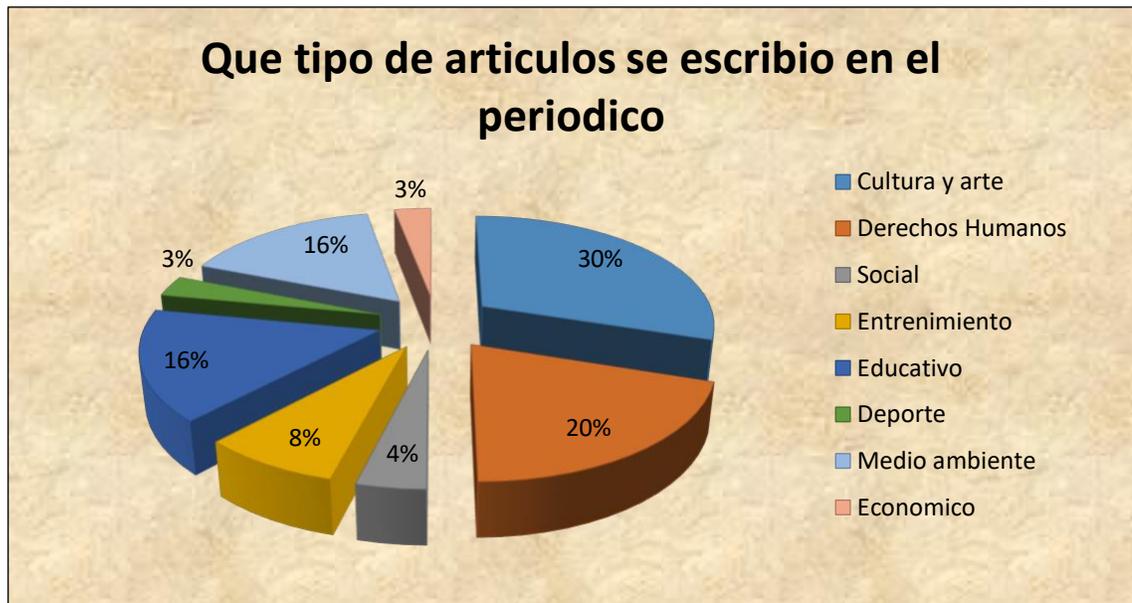
Respecto al análisis de las fotografías, se pudo observar al interior del periódico que las fotografías utilizadas son de google, algunas propias de autor de los artículos y otras fotografías propias del Hormigón Armado, también se observó que el pie de foto es menos utilizado, algunas imágenes no llevan una descripción.

En cuanto al análisis de las publicidades, ente la compra de espacios publicitarios se pudo observar que las diferentes publicidades ocupan toda la página, otras la mitad de la página y otras la cuarta página.

En cuanto a la cantidad de páginas que se usaron para la publicación del periódico en las gestiones 2013 y 2014 fueron variadas ya que algunas llevan 28 páginas y otras llevan 24 páginas, en la gestión 2015 se usaron exclusivamente 24 páginas para cada publicación de manera bimensual.

Prototipo del periódico, se observó documentalmente que el periódico se divide en diferentes secciones con diferentes tipos de artículos que tanto los beneficiarios, el director del periódico, y voluntarios pudieron escribir, columnas sobre cultura y arte, derechos humanos, sociales, entretenimiento, educativo, medio ambiente y económico.

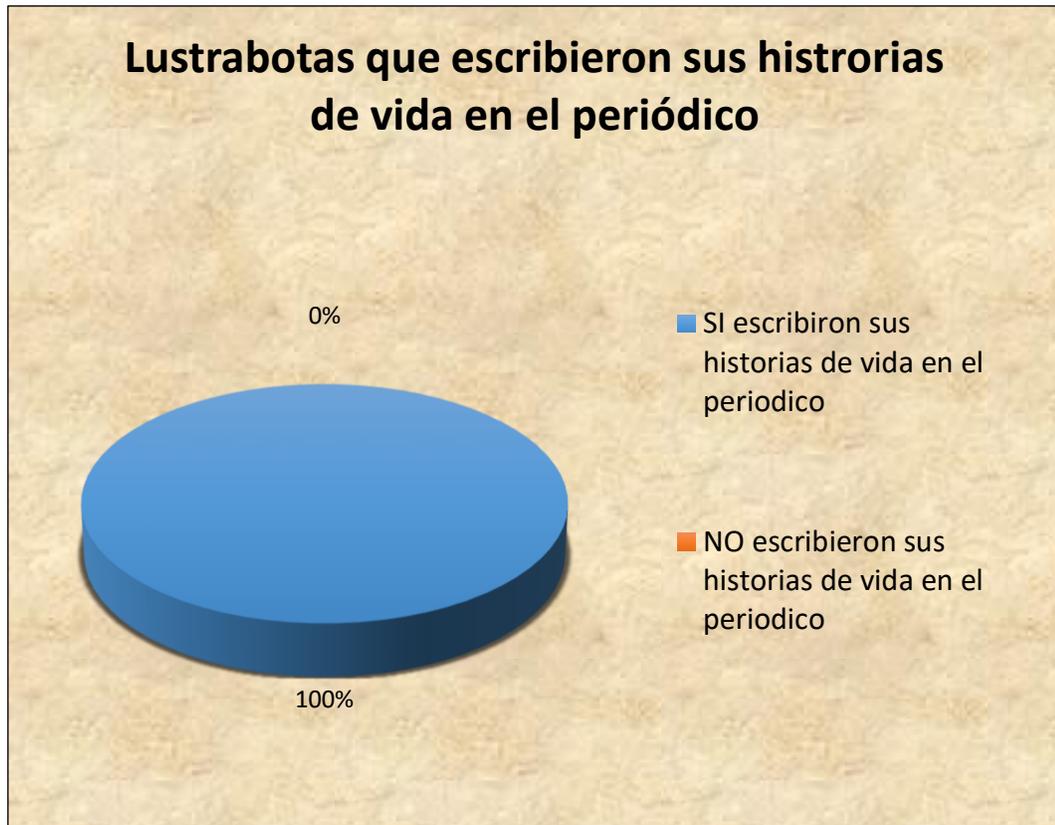
Gráfico N°1. TIPOS DE ARTÍCULOS QUE SE ESCRIBIERON EN EL PERIÓDICO EN LAS GESTIONES 2013-2015.



Fuente: Elaboración propia, periódicos y grupo focal.

La mayor cantidad de artículos que se vieron en los periódicos fueron sobre cultura y arte con el 30%, luego se vieron más artículos sobre derechos humanos con la representación gráfica del 20 %, luego se pudo observar que tantos artículos educativos y de medio ambiente son incorporados dentro el periódico con un 16%. Con estos datos se pudo determinar que este periódico escribe más artículos sobre cultura y derechos humanos. De acuerdo a este estudio de observación el periódico asume el tipo de periódico cultural.

Gráfico N°2. CANTIDAD DE LUSTRABOTAS QUE ESCRIBIERON SUS HISTORIAS DE VIDA DENTRO EL PERIÓDICO



Fuente: Elaboración propia, cuestionario y grupo focal.

En cuanto a la **Participación de los lustrabotas en la elaboración del periódico**, se pudo evidenciar de acuerdo a la encuesta realizada que gran parte de los artículos se escriben sobre temas relacionados al sector de los lustrabotas. Como bien se entiende que cultura, es la vivencia y las costumbres a esto se incorpora los escritos de las historias de vida que los mismos lustrabotas realizan para el periódico.

Cuadro N° 1. FACTORES IDEOLÓGICOS, ECONÓMICOS, SOCIALES Y CULTURALES EN EL IMAGINARIO DE LOS LUSTRABOTAS DENTRO EL PERIÓDICO

Factores			
Ideológicos	Económicos	Sociales	Culturales
-La idea de salir profesional -Tener más estudios - Dejar el trabajo de lustra botas en las calles -Mejorar su calidad de vida	-Saber el contenido para vender el periódico - Tener una casa - Ayudar a sus compañeros	-Vivir sin discriminación -Lustrar sin pasamontañas	-Son parte de la cultura de la ciudad - Los lustrabotas son un atractivo para los extranjeros - Los pasamontañas como cultura de los lustrabotas

Fuente: Elaboración propia, grupo focal.

En cuanto a la **Periodicidad del periódico** se pudo observar documentalmente y a través de entrevistas a profundidad de que el periódico se prepara en el transcurso de dos meses antes de su publicación, con el aporte de comentarios sobre temas de interés para los lustrabotas, los cuales se llevan a cabo en los talleres de los días viernes o sábados.

Para que se publique este periódico tiene que haber alguna solvencia económica y es por eso que se inició con la ayuda de la Fundación Arte y Culturas Bolivianas donde se crearon iniciativas para la recolección económica y llevar así adelante el proceso de impresión de este periódico, que hoy por hoy es reconocido como una publicación de esta fundación.

El nombre de este periódico es *El Hormigón Armado*, donde tenía como logo y encabezado: Periódico Cultural de los lustrabotas, este logo permaneció desde la gestión 2005 hasta la gestión 2014, a partir de mayo de la gestión 2015 se cambió el logo a, arte, cultura, derechos humano y medio ambiente con un diferente encabezado denominado como Proyecto de apoyo para la niñez y juventud trabajadora, este cambio fue debido a la ausencia de lustrabotas en los diferentes talleres semanales, además que fue incorporándose más niños y adolescentes a este proyecto, según la observación documental los lustrabotas continúan como pilar fundamental del periódico porque además logró incorporar el sector de lustras en acción. En este sector se habla de vivencias que tienen los lustrabotas.

La periodicidad que maneja este medio de comunicación es bimensual, se publica cada dos meses, en las primeras publicaciones de este periódico hubo fallas en cuanto a periodicidad debido a la falta de recursos económicos y de contenido. En la gestión 2013, el periódico se publicó de manera bimensual los números de publicación que salieron fueron los siguientes:

Cuadro N° 2. PERIODICIDAD DEL PERIÓDICO *HORMIGÓN ARMADO*

BIMENSUAL – GESTIÓN 2013

N° de publicación	Meses de referencia
N° 40	Enero - Febrero
N° 41	Marzo - Abril
N° 42	Mayo - Junio
N° 43	Julio - Agosto
N° 44	Septiembre - Octubre
N° 45	Noviembre - Diciembre

Fuente: Elaboración propia, periódicos gestión 2013

En la gestión 2014, el periódico se publicó de manera bimensual los números de publicación que salieron fueron los siguientes:

Cuadro N° 3 PERIODICIDAD DEL PERIÓDICO *HORMIGÓN ARMADO*

BIMENSUAL – GESTIÓN 2014.

N° de publicación	Meses de referencia
N° 46	Enero - Febrero
N° 47	Marzo - Abril
N° 48	Mayo - Junio
N° 49	Julio - Agosto

Nº 50	Septiembre - Octubre
Nº 51	Noviembre - Diciembre

Fuente: Elaboración propia, periódicos gestión 2014

En la gestión 2015, el periódico tuvo una variedad en su periodicidad ya que se publicó de manera bimensual y trimensual los números de publicación que salieron fueron los siguientes:

**Cuadro Nº 4. PERIODICIDAD DEL PERIÓDICO *HORMIGÓN ARMADO*
BIMENSUAL Y TRIMENSUAL – GESTIÓN 2015**

Nº de publicación	Meses de referencia
Nº 52	Enero - Febrero
Nº 53	Marzo - Abril
Nº 54	Mayo – Junio - Julio
Nº 55	Agosto - Septiembre
Nº 56	Octubre - Noviembre - Diciembre

Fuente: Elaboración propia, periódicos gestión 2015

Los datos presentados fueron de manera documental a través de los mismos periódicos de las gestiones 2013, 2014 y 2015.

6.3. Posición del periódico *Hormigón Armado*.

En la presente dimensión se tomó en cuenta como primer indicador: el proceso de autenticidad que el periódico *Hormigón Armado* obtuvo a medida de los años, como el segundo indicador, se tomó en cuenta la sostenibilidad del periódico.

Gráfico N° 3. AUTENTICIDAD DEL PERIÓDICO HORMIGÓN ARMADO



Fuente: Elaboración propia, encuesta a los lustrabotas.

En cuanto a la **Autenticidad del periódico** de los lustrabotas se pudo juntar una variedad de opiniones al respecto por parte de los integrantes del periódico, antes de mencionar estas opiniones se realizó el cuestionario a este sector y se pudo determinar qué tan autentico es el periódico que elaboran y venden en las calles de la ciudad de La Paz.

Dentro el grupo focal se pudo identificar él porque es auténtico el *Hormigón Armado* según este sector y entre las características que hace autentico este periódico son las siguientes:

- ✓ No hay competencia.
- ✓ Es un periódico único.
- ✓ Los que adquieren el periódico felicitan este emprendimiento a los lustrabotas.
- ✓ Les identifica hasta con el nombre porque son como las hormigas trabajadoras que van listos a la guerra del conocimiento del saber y esto hace autentico al periódico.
- ✓ Se vende.
- ✓ Es personificado.
- ✓ Las portadas son fotografías que identifican a los lustrabotas que hacen autentico al periódico.
- ✓ Mejora a medida de los años.

La sostenibilidad del periódico, desde su primera publicación el periódico busco sostenibilidad a través de la colaboración de diferentes lugares y personas, la Fundación Arte y Culturas con la ayuda plena de la directora Isabel Oroza (mama del fundador del periódico Jaime Villalobos) que decidió buscar opciones económicamente como la de abrir en sus ambientes un espacio de entretenimiento y consumo denominado Luna Llena, esto para obtener ayuda económica y hacer realidad estas publicaciones, ya que más

adelante esta publicación llegó a formar parte de la Fundación mencionada debido a que fueron los mismo que tuvieron el emprendimiento para la ayuda al sector de los lustrabotas.

En la **gestión 2013** el Periódico *Hormigón Armado* tuvo la colaboración económica de un negocio que brindó la Fundación Arte y Culturas bolivianas, además tuvieron la venta de espacios publicitarios dentro este medio de comunicación, mediante la documentación de los mismos periódicos se pudo identificar a las siguientes empresas que compraron espacios publicitarios:

- La Vitalicia – Seguro y reaseguros de vida S.A.
- Namas té – Restaurante vegetariano.
- Luna Llena – Rock bar.
- Villaserena – Restaurante.
- Viva – Fundación Estas Vivo.
- Chocolates Cóndor.
- Camino Real – Aparthotel & Spa.
- Bolivia Travel – Vice ministerio de Turismo.
- Vilaseca Srl. – Agencia despachante de aduanas.
- UBI – Universidad Boliviana de Informática.

Estas empresas hicieron posible la impresión a un solo color de 4000 a 5000 ejemplares de manera bimensual. El precio de cada ejemplar fue de 4 Bs. que beneficio a los

lustrabotas ya que el 100% del pago de cada periódico iba directamente para este sector.

En la **gestión 2014** el Periódico *Hormigón Armado* tuvo la colaboración económica de la venta de espacios publicitarios de diferentes empresas, mediante la documentación de los mismos periódicos se pudo identificar las siguientes empresas:

- La Vitalicia – Seguro y reaseguros de vida S.A.
- Arellano Limitada.
- Fundación Infocal La Paz.
- Bolivia Travel – Vice ministerio de Turismo.
- Luna Llena – Rock bar (Fundación Arte y Culturas Bolivianas).
- Camino Real – Aparthotel & Spa.
- Namas té – Restaurante vegetariano.
- Coca Museo.
- Villaserena – Restaurante.
- Graftec.
- Escuela de cocina y repostería F.B.

Estas empresas hicieron posible la impresión de 5000 a 5500 ejemplares de manera bimensual, impresos a un solo color. El precio de cada ejemplar fue de 4 Bs. donde el lustrabotas se quedaba con el 75% de la ganancia siempre y cuando haya participado y participe en los talleres semanales. El 25% restante se destinaba a un fondo de salud.

En la **gestión 2015** el Periódico *Hormigón Armado* vendió espacios publicitarios, mediante la documentación de los mismos periódicos se pudo identificar las siguientes empresas, instituciones y campañas publicitarias del gobierno:

- La Vitalicia – Seguro y reaseguros de vida S.A.
- Camino Real – Aparthotel & Spa.
- Villaserena – Restaurante.
- Graftec.
- Campaña del ministerio de comunicación.
- Nutri dely – productos diabéticos.
- Entel.
- Ecolodge La Estancia.
- Luna Llena – Rock bar (Fundación Arte y Culturas Bolivianas) y otros.

Estas empresas hicieron posible la impresión de 5500 ejemplares de manera bimensual. El precio de cada ejemplar fue de 4 Bs., que benefició a los lustrabotas con el 75% de la ganancia siempre y cuando hayan participado y participen en los talleres semanales. El 25% restante, se destinaba para un fondo de salud.

A partir de la gestión 2015 el periódico fue impreso a colores. Desde la gestión 2016 el precio de periódico subió a 5 Bs., en esta gestión el 40% de la ganancia se quedó para cubrir las impresiones y cubrir los gastos en salud de los beneficiarios, también se

incrementó la actividad de la venta de postales con fotografías del sector impresos también a color.

6.4. La identidad de los lustrabotas a través del periódico *Hormigón Armado*.

La identidad se definió como los rasgos y características propios que tiene una persona a través de atributos que se adquieren a lo largo de la vida. La identidad, se encuentra en múltiples facetas ya que existe una variedad de tipos de identidad, a partir de la identificación de esta dimensión se pudo determinar que las identidades fundamentales para esta investigación son: la identidad personal y la identidad colectiva, debido al trabajo, desarrollo y crecimiento en lo personal y grupal.

Para esta categoría se consideraron tres dimensiones: la construcción de identidad de los lustrabotas, la afirmación de identidad de este sector y descripción de contextos en los lustrabotas.

6.5. Construcción de identidad.

Se tomó en cuenta como indicadores la construcción de identidad personal y grupal en los lustrabotas a través de la elaboración del periódico *Hormigón Armado*.

6.5.1. Identidad personal.

En cuanto a la **Construcción de la Identidad Personal de los lustrabotas**, primero se conceptualizó el significado de la identidad personal, este concepto caracteriza los

diferentes elementos que permiten el desarrollo de cada persona, en este caso del lustrabotas, así mismo cumple una variedad de facetas. En cuanto a las facetas se puede teorizar lo siguiente:



En cuanto a las características que construyen la identidad personal de los lustrabotas se pudo definir a través del grupo focal y una encuesta que este sector construye su identidad personal a través de:

_ El periódico, mediante el grupo focal y los cuestionarios se determinó que el 100% construye su identidad personal a través del periódico, porque se sienten identificados con el mismo además que pueden narrar a su manera sus historias de vida y pueden plasmar sus vivencias dentro el periódico.

_ El aprendizaje, en los talleres construyen su identidad personal, un 95% mediante logran una mejora personal y adquieren una mejor autoestima, el 5 % no participa de estos talleres de manera continua por esta razón no influye en la construcción de su identidad personal.

_ El uso de los pasamontañas, se delimitó a través del grupo focal que el 60% de los lustrabotas lo usan para la construcción de la identidad personal ya que le ayuda a la auto aceptación e identificación personal. Sin embargo, el 40% decidió usar los pasamontañas para ocultar su identidad ante la población debido a la discriminación que aún permanece en la sociedad.

_ Los valores, un 75% construye su identidad personal a partir de los valores. El restante 25% no asume los valores como característica para la construcción de su identidad personal.

_ Las virtudes, un 70 % construye su identidad personal a través de virtudes, la virtud que más ayuda a este sector es el respeto que aprendieron a partir del ingreso a la fundación Hormigón Armado. El restante 30 % no toma en cuenta las virtudes como parte de la construcción de su identidad personal.

_ La humildad, un 65% logró más objetivos en su vida personal con humildad. El restante 35% indica que no toma en cuenta la humildad como rasgo, debido a que si son humildes sufren discriminación.

_ Los principios, un 55% pone en práctica sus principios. El restante 40% todavía están el proceso de poner en práctica sus principios y mejorar su estilo de vida personal.

Gráfico N° 4. CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD PERSONAL DE LOS LUSTRABOTAS

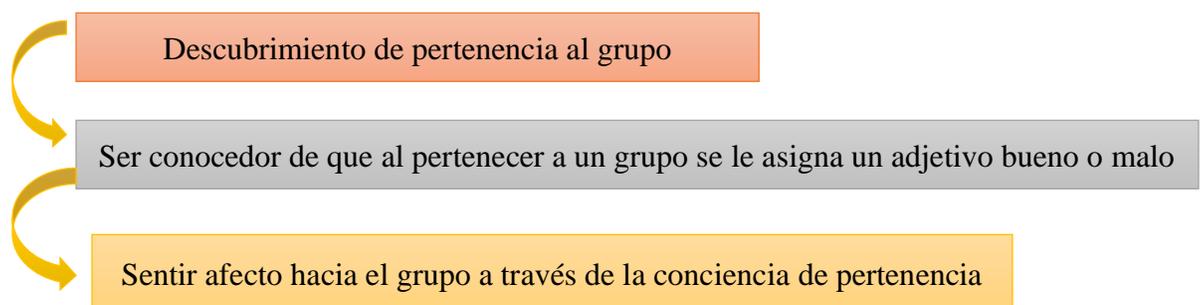


Fuente: Elaboración Propia, cuestionario y grupo focal.

Todos los rasgos y características fueron determinados a través del grupo focal y cuestionarios dirigidos exclusivamente a los lustrabotas, debido a que en la fundación no solo existe este sector, también se encuentran presentes otros sectores, como los de situación y limpiaparabrisas.

6.5.2. Identidad grupal.

Respecto a la **Construcción de la Identidad Grupal en los lustrabotas** se pudo definir que es aquella unión y desarrollo que tiene una persona en un determinado grupo o sector, además que la fuente de identificación para el individuo es el propio grupo, conceptualizado en el estado de conciencia compartido de individuos que reconocen y expresan su pertenencia a una categoría de personas o grupo. Para la identidad grupal o colectiva se tomó en cuenta las siguientes peculiaridades:



Para describir el proceso de construcción de la identidad grupal se realizó un cuestionario para determinar si los lustrabotas construyen o no una identidad grupal. Se observó y determinó que el 100% de los lustrabotas construyen su identidad grupal con la fundación

y el periódico Hormigón Armado.

Grafica N° 5. CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD GRUPAL DE LOS LUSTRABOTAS



Fuente: Elaboración propia, cuestionario a los lustrabotas.

Mediante el grupo focal y el cuestionario, se pudo identificar los rasgos y características que componen el proceso de Construcción de la identidad grupal de los lustrabotas, entre los rasgos encontrados están: los talleres-vivencias, la solidaridad-ayuda, el periódico-narración de historias, lealtad-apoyo, confraternización-uni6n, la pertenencia al grupo-proceso de cambio.

Cuadro N°5. CARACTERÍSTICAS QUE COMPONEN EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD GRUPAL

RASGOS Y CARACTERÍSTICAS	DESCRIPCIÓN
Talleres - Convivencias	Construyen su identidad grupal a través de los talleres que se llevan a cabo los sábados o viernes, donde realizan la convivencia entre ellos y comparten ideas, comentarios etc.
Solidaridad - Ayuda	Dentro este sector y grupo se desarrolla la solidaridad a través de la ayuda entre lustrabotas y la ayuda que reciben de la fundación, instituciones y voluntarios
Periódico - Narración de historias	A través del periódico porque emiten, narran y publican sus historias de vida dentro de este medio de comunicación
Lealtad - Apoyo	Este sector construye su identidad grupal a través de la lealtad, cuando atraviesan

	diferentes problemas son leales y se apoyan entre ellos
Confraternización - Unión	En el grupo se construye la identidad grupal a través de la confraternización ya que existe una unión incondicional entre lustrabotas
Pertenencia al grupo - Proceso de cambio	Con el ingreso de los lustrabotas a este grupo, empezó la construcción de la identidad grupal, ya que se identifican con un determinado grupo, que en este caso es un grupo de personas identificadas con el mismo tipo de rubro laboral. La emisión y venta del periódico de este sector, además que esta incorporación permitió el proceso de cambio en la vida de todo los lustrabotas, ya que, con los talleres, las capacitaciones y la narración de sus historias obtuvieron un desarrollo a nivel personal y grupal.

Fuente: Elaboración Propia, grupo focal a los lustrabotas.

6.6. Afirmación de la identidad.

La dimensión a describirse, tomó en cuenta como indicadores la determinación si se afirma o no se afirma la Identidad de los lustrabotas, la afirmación, como afirman su identidad personal y el proceso de afirmación de identidad grupal.

Gráfico N° 6. AFIRMACIÓN DE LA IDENTIDAD DE LOS LUSTRABOTAS



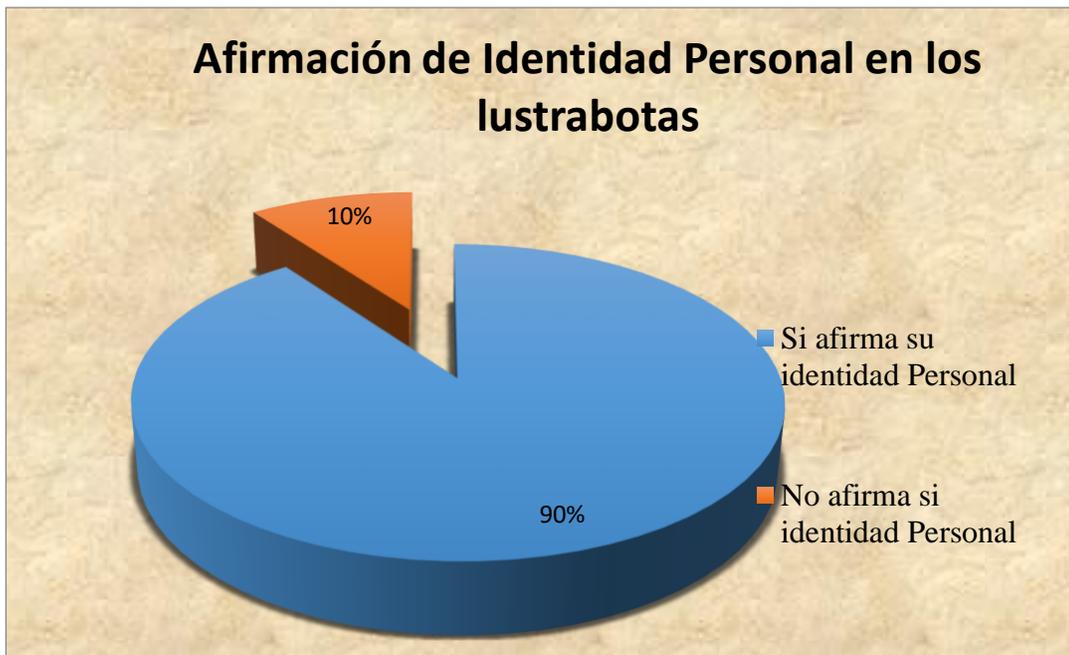
Fuente: Elaboración propia, cuestionario y grupo focal.

En cuanto a la **Determinación si se afirma o no se afirma la Identidad en los lustrabotas**, se determinó mediante el cuestionario, observación y análisis del grupo focal que este sector si afirma su identidad, un 90% indica que si afirman su identidad debido a un gran proceso de desarrollo por parte de este sector. Un 10% aún no afirma su identidad debido a problemas que todavía acontecen en su diario vivir.

6.6.1. Afirmación de la identidad personal.

Los lustrabotas afirmaron su identidad desde que ingresaron al periódico, por medio de la elaboración del periódico, su distribución y los talleres.

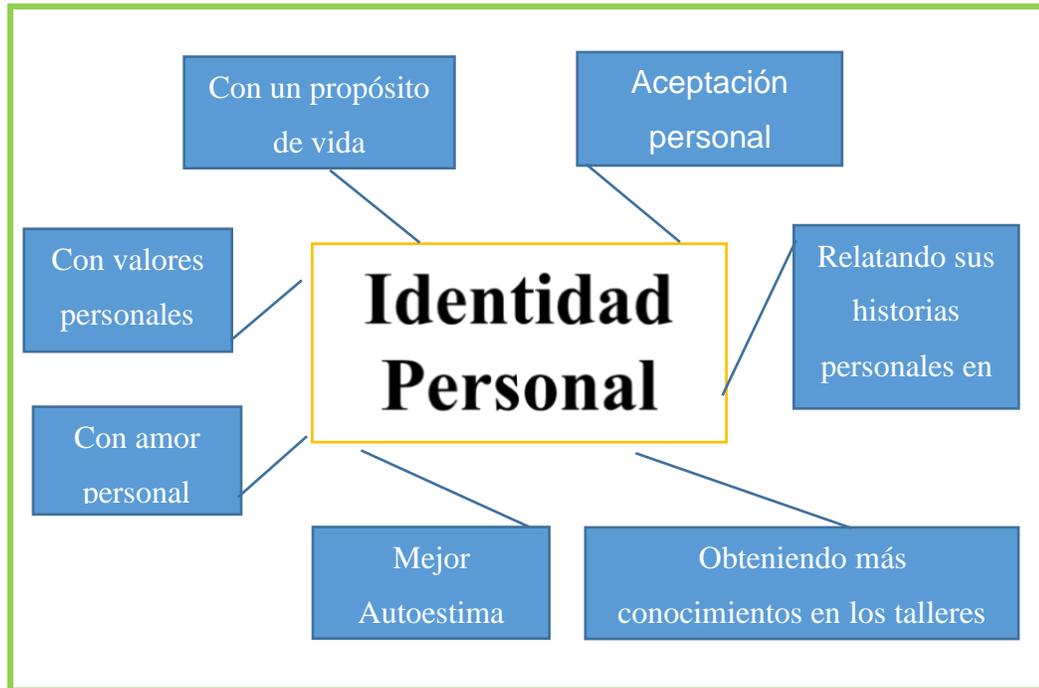
Gráfico N° 7. AFIRMACIÓN DE LA IDENTIDAD PERSONAL DE LOS LUSTRABOTAS



Fuente: Elaboración propia, cuestionario y grupo focal.

Un 90% si afirma su identidad personal. Con el siguiente cuadro, se muestra como se produce dicha afirmación.

Cuadro N° 6. CÓMO AFIRMAN LOS LUSTRABOTAS SU IDENTIDAD PERSONAL



Fuente: Elaboración propia, grupo focal.

Se pudo determinar como factores que afirman la identidad personal, el propósito o meta de vida, la aceptación personal tal, los relatos de historias personales de lucha y crecimiento personal, que ayudan a mejorar el desarrollo personal y la autoestima, a través de valores y el amor personal que cada uno aprendió a darse en los talleres.

6.6.2. Afirmación de la identidad grupal.

Los lustrabotas afirman su identidad grupal, porque la gran mayoría de este sector vivieron situaciones similares en la calle y tuvieron problemas familiares y económicos parecidos.

Gráfico N° 8. AFIRMACIÓN DE LA IDENTIDAD GRUPAL DE LOS LUSTRABOTAS

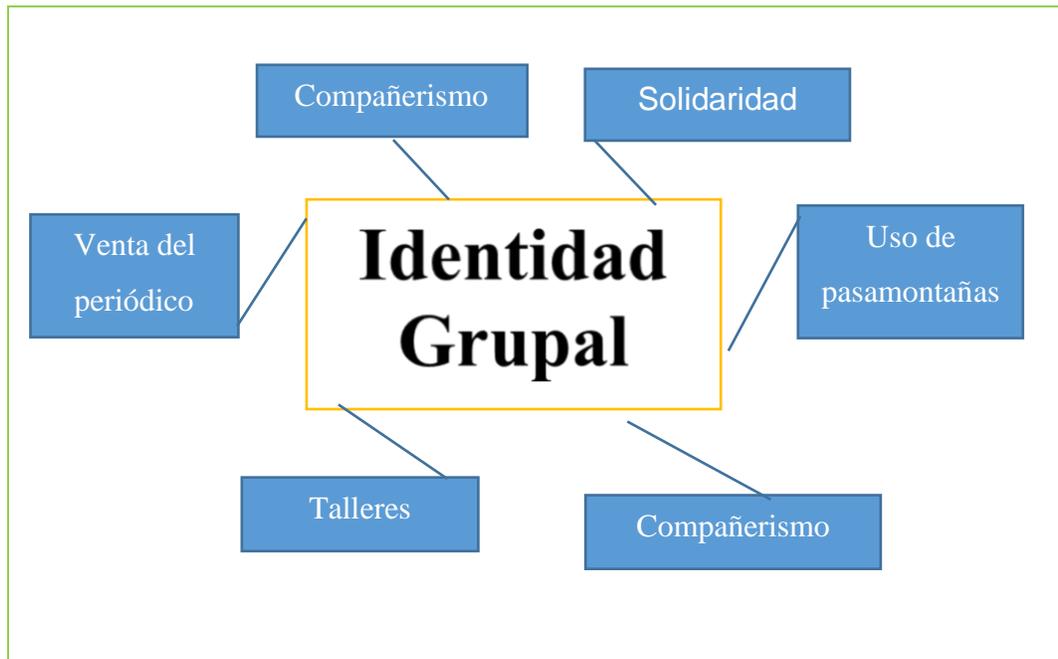


Fuente: Elaboración propia, cuestionario y grupo focal.

El 99% de los lustrabotas afirman su identidad grupal. El 1% todavía se encuentra en ese proceso. La identidad grupal se determinó a través de las siguientes características:

Cuadro N° 7. COMO AFIRMAN SU IDENTIDAD GRUPAL

LOS LUSTRABOTAS



Fuente: Elaboración propia, grupo focal.

El compañerismo, fue lo que les enseñó Jaime Villalobos, la solidaridad es una virtud que se origina en los talleres, con la venta del periódico dan a conocer sus historias y aportes, el uso de los pasamontañas es parte de su cultura grupal.

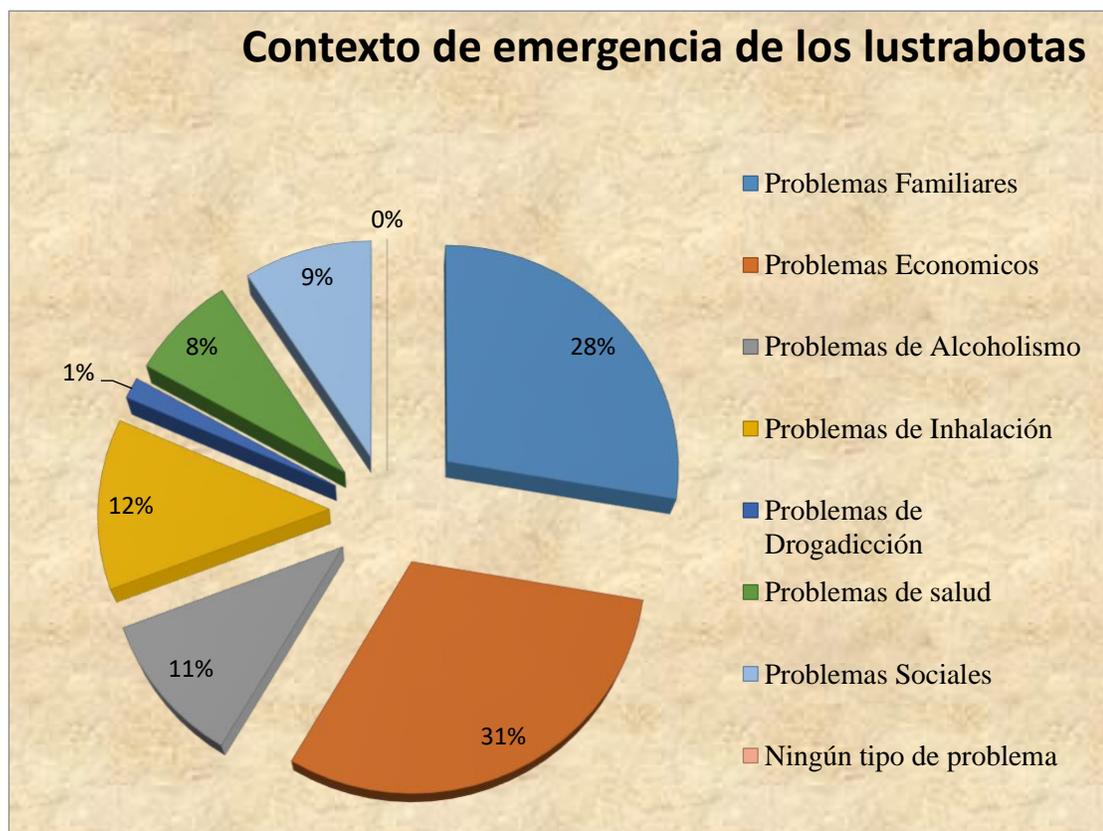
6.7. Descripción de contextos en los lustrabotas

Los indicadores que delimitaron esta dimensión fueron: el contexto de emergencia del sector de los lustrabotas, hechos y experiencias que pasaron dentro su historia de vida; el contexto de desarrollo, como fue el cambio de vida; el contexto de situación actual de los lustrabotas, como se encuentra actualmente este sector.

6.7.1. Contexto de emergencia.

Se encontraron diferentes problemas en este sector antes de ingresar al Hormigón Armado, entre los que cabe señalar, problemas familiares, problemas económicos, problemas de inhalación, problemas de drogadicción, problemas con el alcoholismo, problemas de salud, y problemas sociales (Ej. La discriminación).

Gráfico N° 9. CONTEXTO DE EMERGENCIA EN LA QUE SE ENCONTRABAN LOS LUSTRABOTAS ANTES DE ENTRAR AL HORMIGÓN ARMADO



Fuente: elaboración propia, encuesta a los lustrabotas.

Un 31% de lustrabotas atravesaban problemas económicos. Un 28% atravesaba problemas familiares. Un 12% atravesaba problemas de inhalación. Un 11% atravesaban problemas con el alcohol. Un 9% atravesaba problemas sociales. Un 8% atravesaba problemas de salud. Un 1% atravesaba problemas de drogadicción.

6.7.2. Contexto de desarrollo.

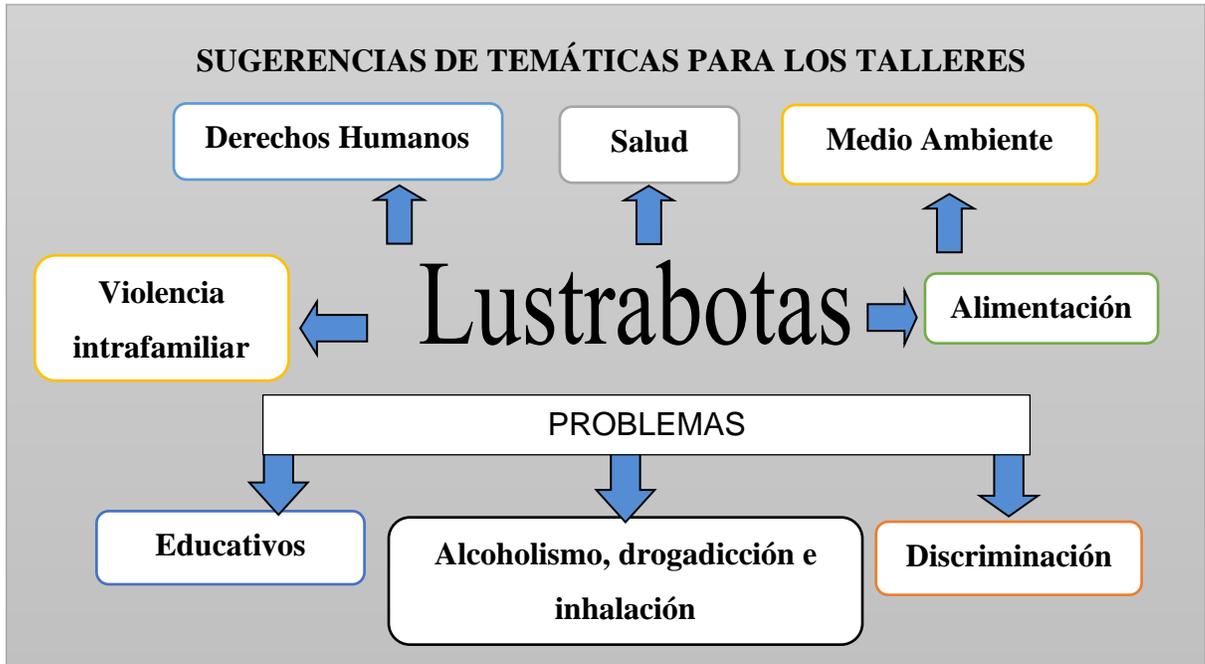
El ingreso de este sector al periódico *Hormigón Armado* pudo desarrollar el crecimiento en los lustrabotas para mejorar los diferentes problemas que atravesaban.

En este indicador se puede determinar que el desarrollo se materializó con los talleres semanales en las gestiones 2013-2015.

Los temas que se abordan en los talleres son elaborados por voluntarios que desean colaborar con el sector, mediante la emisión de sus conocimientos, son varias las instituciones que colaboraron con estos talleres.

Según el director del periódico Jaime Villalobos, estos talleres tienen como objetivo principal revitalizar la autoestima de cada uno de los beneficiarios. Entre la sugerencia de los temas que se desarrollan dentro estos talleres se pudo observar las siguientes temáticas:

Cuadro N° 8. TEMÁTICAS PARA LOS TALLERES



Fuente: Elaboración propia, grupo focal.

Entre las sugerencias para llevar adelante los talleres están las temáticas de: Derechos Humanos, salud, medio ambiente, violencia intrafamiliar, educación, alcoholismo, drogadicción, inhalación y discriminación.

Se pudo además percibir algunas características dentro los talleres, se vio que si los lustrabotas no participan en esos talleres no se les entrega el periódico.

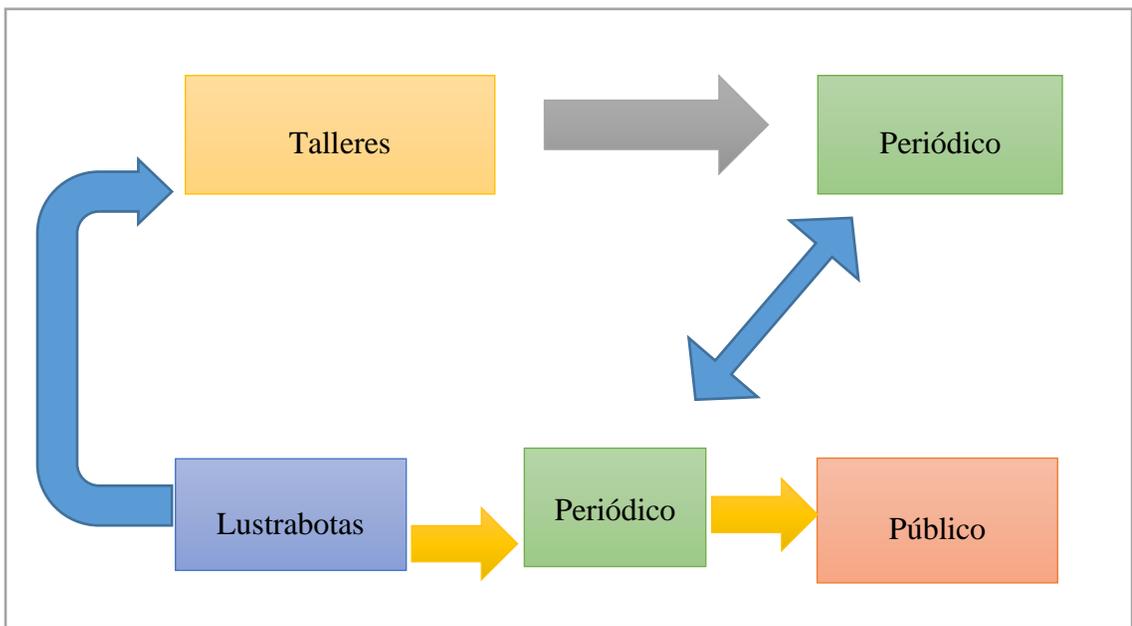


Gráfico N° 10. ASISTENCIA DE LUSTRABOTAS A LOS TALLERES



Fuente: Elaboración propia, cuestionario y grupo focal.

Un 57% asiste de manera continua por el compromiso con el periódico Hormigón Armado. Un 33% asiste de manera infrecuente debido a que algunos lustrabotas se encuentran estudiando. Un 10% asiste con menor frecuencia debido al poco interés y asuntos personales.

6.7.3. Contexto actual.

Se pudo determinar la persistencia de los lustrabotas ante las problemáticas que viven cada día.

Gráfico N° 11. SITUACIÓN ACTUAL DE LOS LUSTRABOTAS



Fuente: Elaboración propia del cuestionario a los lustrabotas.

Cuadro N° 9. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS LUSTRABOTAS

MEJOR	MAS O MENOS	MAL
<p>_ Ayuda económica por la venta de periódicos</p> <p>_ Los talleres ayudan para la propia autoestima</p> <p>_ Más conocimiento sobre temas educativos, derechos humanos, violencia entre otros</p>	<p>_ Porque aún falta para algunos concluir sus estudios</p> <p>_ Porque falta cumplir una meta trazada</p> <p>_ Hay más interés y deseo de superación</p>	<p>_ No existe voluntad de cambio y transformación</p> <p>_ Los chicos de la calle todavía intervienen en su vida</p> <p>_ No dejan la inhalación</p>

Fuente: Elaboración propia del grupo focal.

CAPITULO VII

ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

En esta parte del trabajo se analizarán e interpretarán los datos sistematizados y descritos en el procesamiento de la información, es decir por indicador dimensión y categoría, para luego recurrir al método deductivo en la relación de las categorías.

7.1. Del proceso de elaboración del periódico “Hormigón Armado”, análisis y periodicidad.

7.1.1. Elaboración del periódico.

_ Se corroboró que la elaboración del periódico lleva un proceso menos complicado para su difusión, cuenta con las siguientes características:

_ No existe un concejo de redacción, debido a que en la elaboración del periódico participan el fundador principal del periódico, la trabajadora social y voluntarios que no son constantes para la elaboración del periódico.

_ Las reuniones para los talleres, no tienen un cronograma delimitado, debido al tiempo limitado de las instituciones que colaboran con estos talleres.

_ En cuanto a la redacción de los diferentes artículos, en las gestiones 2013-2015, voluntarios, el mismo fundador, la trabajadora social y los lustrabotas redactaron dichos artículos.

_ En el contenido de este los lustrabotas incluyen algún tipo de entretenimiento, cuentos, poemas, crucigramas, aportes con reglones de opinión, comentarios y la narración de alguna experiencia sobre temas de interés, todo lo mencionado se realiza de manera empírica.

_ La edición y maquetación fue y es realizada por colaboradores y voluntarios, que no profesionales entendidos en el área de diseño y diagramación, debido a la falta de recursos para contratar este personal.

_ La impresión se realiza en diferentes imprentas que ofrecen precios bajos. Se busca recortar gastos.

_ Se entrega los periódicos a los lustrabotas, que se encargan de su distribución.

7.1.2. Análisis del periódico.

_ Respecto al análisis del periódico, se definió la siguiente estructura:

_ En cuanto a los aspectos generales del periódico se pudo identificar la cabecera, fecha y precio en las publicaciones, datos fundamentales para el lector.

_ No es un periódico con contenido de acontecimientos actuales de la sociedad ni tiene ningún tipo de suplemento adicional.

_ En cuanto a las tres funciones básicas de un periódico, se pudo determinar que este periódico no cumple directamente con informar sobre hecho actuales de la

sociedad, sino hechos del sector, también se podría indicar que plantea temas de interés social y en alguna publicación cumple con entretener ya que se vio poemas, historias de vida del sector y otros.

_ En cuanto a las partes del periódico, la portada cuenta con una fotografía novedosa no vista en otros periódicos. En el cuerpo del periódico se encuentran diferentes tipos de formas narrativas y en la contraportada publicidad.

_ En cuanto al análisis de los textos dentro el periódico, son realizados de manera empírica y por voluntarios que son del área. Los artículos no llevan una redacción empírica.

_ Respecto al análisis de las fotografías, no llevan pie de fotos y una nota completa.

7.1.3. Periodicidad del periódico.

El periódico es bimensual, sin embargo, algunas publicaciones son trimensuales, se verifico que no cumplen una periodicidad determinada.

7.2. Posición del periódico “Hormigón Armado”.

Para el análisis de la posición del periódico se tomó en cuenta, la estructura de la autenticidad, y la sostenibilidad.

7.2.1. Autenticidad.

El *Hormigón Armado* tiene particularidades en el proceso de elaboración, respecto a otros periódicos, no se encuentra este tipo de periódico que es del tipo cultural, debido a que los textos que lo componen son de cultura y arte, además cuenta con la narración de historias de vida de los. Asimismo, es reconocido como un emprendimiento nuevo por parte de este sector que tiene un bajo nivel socioeconómico y es discriminado.

7.2.2. Sostenibilidad.

Se pudo corroborar que existen instituciones que aportan con la compra de publicidad, algunas no de manera continua. No reciben ayuda del gobierno. Su sostenibilidad se determina de acuerdo a la venta de espacios publicitarios y no así de la ganancia misma de la venta de estos periódicos porque el periódico se vende a 4 bs. y la ganancia va directamente para el beneficiario.

7.3. Participación de los lustrabotas en la elaboración del periódico.

Se pudo corroborar que sin el aporte de este sector no habría periódico, porque los mismos lustrabotas dieron a conocer este medio escrito y a la vez, narran sus historias en el periódico.

7.3.1. Factores ideológicos, económico, sociales, y culturales en el imaginario de los lustrabotas.

7.3.1.1. Factores ideológicos.

Se pudo evidenciar que este sector tiene en su imaginario ideológico que se basa en colaborar al mismo sector y a personas que se encuentren en situación grave. Los lustrabotas desean es dejar ese trabajo y tener una vida digna.

7.3.1.2. Factores económicos.

Se pudo ver y evidenciar que este sector es de bajos recursos, por lo que luchan para tener un lugar donde vivir, buscan ganar más dinero para ayudar a la gente que necesita.

7.3.1.3. Factores sociales.

Este sector desea vivir algún día sin discriminación, tener esa posibilidad de lustrar sin miedo a ser juzgados y que sus compañeros también mejoren y no vivan en las calles.

7.3.1.4. Factores culturales.

Los lustrabotas se sienten parte de la cultura de la ciudad de La Paz, debido a que se volvieron un atractivo cultural para los extranjeros, así mismo entre los factores culturales, se sienten identificados con el uso de los pasamontañas.

7.4. Contenidos temáticos, formas narrativas y protagonistas del periódico *Hormigón Armado*.

7.4.1. Contenidos temáticos.

Se pudo verificar que entre las temáticas más difundidas están: el arte, la cultura, los derechos humanos, temáticas educativas, de medio ambiente, historias de vida, y vivencias que el sector realiza para su desarrollo personal y desarrollo grupal, donde se vio la convivencia entre compañeros.

7.4.2. Formas narrativas.

Entre las formas narrativas que el periódico maneja, se pudo identificar el relato y el cuento, donde los lustrabotas relatan y narran sus historias. En cuanto a artículos se pudo corroborar que hay artículos educativos, culturales y de arte, y sobre todo se observó y verifico que los artículos que más resaltan son los de derechos humanos, que muestran temas sociales de interés para el lector.

7.4.3. Protagonistas del periódico.

El principal protagonista es Jaime Villalobos, el fundador y creador del periódico que junto a su mamá y sus amigos cumplieron la meta de realizar el periódico que pueda ayudar a un sector de bajos recursos económicos. En cuanto al contenido, los principales protagonistas son los lustrabotas, ya que el proceso de elaboración es también un proceso de desarrollo grupal y personal para cada lustrabotas.

CAPITULO VIII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1. Acerca de los objetivos.

Se ha logrado alcanzar los objetivos que se plantearon en el trabajo. En base a los soportes teórico/metodológicos, se ha llegado a examinar cuál es el proceso de elaboración del periódico *Hormigón Armado* y de qué manera se relaciona con la construcción y afirmación de identidades de los lustrabotas de la ciudad de La Paz.

Para dar cuenta de ello de modo más preciso, a continuación, se presentan las conclusiones de acuerdo a cada objetivo que se presentó como meta en el proceso de investigación de este trabajo.

8.2. Conclusiones de los objetivos específicos.

Determinar en el proceso de elaboración del periódico *Hormigón Armado* los factores ideológicos, económicos, sociales, y culturales que interviene en el imaginario de los lustrabotas.

El proceso de elaboración del periódico *Hormigón Armado* tomó en cuenta las siguientes dimensiones: El proceso de elaboración del periódico; el análisis del periódico; el prototipo del periódico; la periodicidad del periódico; los factores Ideológicos, económicos, sociales y culturales en el imaginario de los lustrabotas.

_ **El Proceso de Elaboración del Periódico**, este periódico es realizado de manera empírica sin ningún proceso de cumplimiento de reglas para la elaboración de un periódico, además la mayoría de los artículos escritos dentro este medio son elaborados por voluntarios que colaboran con la fundación y los lustrabotas, por otro lado en el periodo estudiado, los lustra calzados aportaron con sus historias de vida y vivencias, convivencias dentro este medio escrito, dan a conocer reseñas sobre su diario vivir, de manera personal y grupal.

_ **El Análisis del periódico**, se pudo identificar que no cumplen una reglamentación para elaborar el periódico, debido a que su estructura no está subdividida por sectores. Se pudo identificar un progreso y avance en los diferentes artículos que se presentan dentro este medio.

_ **Prototipo del periódico**, se observó documentalmente que el periódico no determina sus divisiones en las gestiones estudiadas, ya que presentan artículos de diferentes temáticas.

_ **La periodicidad del periódico** se pudo observar documentalmente en las gestiones estudiadas que este periódico tuvo problemas con la publicación de manera bimensual, ya que en la gestión 2015 se publicó de manera trimensual debido a muchos factores, como la falta de voluntarios y la no participación de los lustrabotas de manera continua.

_ **Los factores ideológicos, económicos, sociales y culturales en el imaginario de los lustrabotas**, dentro este punto lo que se pudo determinar que este sector desea mejorar económicamente para llegar a tener una mejor calidad de vida. Dentro los

factores ideológicos están presentes el poder de superación de cada lustrabotas de manera personal y grupal. En el factor económico, la venta del periódico es de gran ayuda, ya que muchos lograron terminar sus estudios con dicha ayuda. En el factor social todavía existe discriminación dentro la sociedad. En cuanto al factor cultural, este sector tiene una variedad de vivencias que ayudan a su autoestima y a la elaboración del periódico.

_ Se pudo determinar que lo que necesitan es ayuda económica y psicológica con mayor amplitud, debido a que muchos aún se encuentran en situación de calle y que la venta y elaboración del periódico no ayuda al 100% de los lustrabotas.

_ El periódico es empírico y no llega a informar de hechos o acontecimientos que interesen de gran manera al lector.

Determinar los contenidos temáticos, formas narrativas y protagonistas que incluyen en el proceso de elaboración del periódico Hormigón Armado.

Para llevar adelante la elaboración de un periódico es necesario determinar los contenidos y las formas en las que se debe publicar dicho medio es por esta razón que se tomaron en cuenta 3 dimensiones: Los contenidos temáticos del periódico; las formas narrativas que maneja este medio; los protagonistas que participan en el proceso de elaboración del periódico Hormigón Armado.

_ **Los contenidos temáticos del periódico**, en las gestiones estudiadas e investigadas se identificó con gran magnitud la redacción de historias de vida de los lustrabotas,

acompañadas de actividades que realiza este sector, además de artículos culturales, educativos, de derechos humanos y de arte. En el año 2015 se pudo evidenciar que se delimitaron algunos sectores, como el de: medio ambiente, derechos humanos, cultura y arte.

_ **Las formas narrativas**, los artículos son elaborados de manera empírica por voluntarios que desean colaborar a este sector mediante el periódico, algunos de estos voluntarios con del área de comunicación, pero no siempre tienen la ayuda de estos voluntarios. Se pudo identificar que, en cuanto a las formas narrativas, se utilizan cuentos y artículos que forman parte del contenido del periódico.

_ **Los protagonistas que incluye el proceso de elaboración del periódico Hormigón Armado**, sin el sector de los lustrabotas no habría la opción de la venta y desarrollo de contenido del periódico. Entre los protagonistas se identificó a las diferentes instituciones y voluntarios que colaboran para publicar este periódico, los que hacen lo posible este medio son Jaime Villalobos, fundador del periódico, la trabajadora Social Magdalena Chambilla que organiza los talleres, y los lustrabotas que son los principales beneficiarios y protagonistas de este medio impreso.

_ Uno de las principales actividades que hace posible la publicación de este medio, son los talleres en los que participan los lustrabotas.

_ Describir el contexto de emergencia, desarrollo, y situación actual del sector de los lustrabotas.

_ Contexto de emergencia de los lustrabotas, los lustrabotas entraron con bajas esperanzas de superación a esta fundación, debido a que la venta de este periódico iba a ser insuficiente para su diario vivir, en algunos casos se pudo evidenciar que se encontraban en las condiciones más precarias económicamente, psicológicamente, y socialmente debido a la discriminación que aún persiste en la sociedad.

_ Contexto de desarrollo de los lustrabotas, los lustrabotas definieron y consolidaron un desarrollo personal y colectivo, mediante el periódico.

_ Contexto de situación actual de los lustrabotas, se identificó y determino que la mayor parte de los lustrabotas mejoraron su estilo de vida con la venta y participación en el periódico, ya que muchos se sienten identificados con el periódico y mejoraron su autoestima en los talleres.

_ Con el Hormigón Armado, se mejoró el estilo de vida de cada uno de los lustrabotas.

Describir y caracterizar la posición y contenido del periódico *Hormigón Armado de los lustrabotas*.

Para la descripción y caracterización de la posición del periódico se trabajó con dos dimensiones: La autenticidad y sostenibilidad de este medio y la descripción y caracterización del periódico como tal.

_ **La autenticidad del periódico**, se pudo determinar que es el único periódico que logra ayudar a un determinado sector, además es el único periódico con contenido de arte y cultura dentro la ciudad de La Paz.

_ **La sostenibilidad del periódico**, no es auto sostenible porque la ganancia va directamente al beneficiario. Se pudo identificar además que la venta de publicidad no siempre cubre toda la impresión o gastos adicionales ya que no todos los espacios publicitarios son comprados y ocupados.

_ **Los contenidos**, en las gestiones estudiadas se identificaron que prevalece como sustento la publicación de las diferentes historias de cada lustrabotas.

_ La posición y contenido fueron mejorando a medida de los años, debido a la ayuda de más voluntarios que aportan con sus conocimientos a este sector y al periódico a través de los talleres y la publicación del periódico.

Verificación y puntualización de la línea editorial del periódico *Hormigón Armado*

_ El periódico *Hormigón Armado* no tiene una línea editorial debido a que no tiene un enfoque determinado ya que los artículos escritos son realizados de manera libre sin ningún tipo de margen ni control en el lenguaje utilizado para su publicación.

_ Dentro de este periódico se verifican que los artículos escritos por lustradores son mejorados por la trabajadora social ya que son manuscritos en los talleres y son trasladados para luego publicarlos.

_ Así mismo se pudo determinar que este medio escrito es cultural debido a los temas que son publicados y redactados, recalcar que no son expertos en el manejo de la lengua ni las reglas de escritura correctas, los hacen a su manera para llevar a cabo la venta de *Hormigón Armado*.

Analizar e interpretar la medida en la que se vinculan la elaboración del periódico *Hormigón Armado* con la construcción y afirmación de identidades de los lustradores de la ciudad de La Paz durante la gestión 2013 -2015

La manera en la que se vinculan la elaboración y la construcción y afirmación de identidades es fundamental debido a que este sector llegó a desarrollarse de manera personal y colectiva.

8.3. Conclusiones del objetivo general.

¿Cuál es el proceso de elaboración del periódico *Hormigón Armado* y de qué manera se relaciona con la construcción y afirmación de identidades personales y grupales de los lustrabotas de la ciudad de La Paz en el período 2013 - 2015?

Se determinó que la elaboración del periódico *Hormigón Armado* se lleva a cabo a través de talleres en coordinación con los lustra calzados, con la ayuda de algunos voluntarios que hacen posible la entrega de algún escrito para la publicación de este medio.

Los principales colaboradores para que este medio escrito sea publicado son: el fundador de este periódico Jaime Villalobos, la trabajadora social Magdalena Chambilla y diferentes voluntarios. Sin la colaboración de estas personas no sería posible la publicación de este periódico, gracias a ellos se llevan adelante los talleres donde determinan los temas a tratar dentro este medio, además de las distintas convivencias y vivencias que son publicadas

Los lustra calzados realizan diferentes actividades como la implementación de postales con fotografías de este sector, además de vivencias e historias de vida que se cuentan de manera empírica, sin ningún tipo de reglas de escritura. En las gestiones estudiadas fue esencial la publicación de las historias de vida de los lustrabotas. En la actualidad ya no se observan de manera continua estas historias, ya que este medio sale de manera

bimensual y hasta trimestral dependiendo al tiempo y a la posibilidad de entrega de artículos.

Dentro del contenido de este periódico, se determinó que se encuentran además de las historias de vida, artículos educativos, culturales y sociales. En los artículos educativos se manejan temas de interés como reseñas históricas de autores, guerras, fechas festivas y otros. En los artículos culturales se publican temas sobre vivencias y convivencias de los lustrabotas. En los artículos sociales se publican temáticas de importancia como el alcoholismo, la drogadicción, los feminicidios, derechos humanos y otros, que son de interés de este sector y para la sociedad en su conjunto.

Los lustrabotas afirman una identidad personal en el momento de escribir su propia historia de vida. Al integrarse a este grupo afirman una identidad grupal con las convivencias, vivencias que son publicadas en el periódico, además de los talleres que llevan adelante para mejorar su situación de vida. La posibilidad de escribir y publicar algún tema en concreto dentro este medio escrito hace que puedan afirmar su identidad personal y grupal.

8.4. Recomendaciones.

A los lustrabotas de Hormigón Armado.

Se les recomienda involucrarse más en la elaboración del periódico.

A los integrantes del periódico Hormigón Armado.

Se les recomienda tener más táctica para elaborar un periódico más llamativo con hechos y acontecimientos diarios de la ciudad.

A los voluntarios que colaboran con el periódico

Conseguir más ayuda en el área de la comunicación para mejorar el periódico y conseguir más lectores de manera consecvente.

Al estudiante de Comunicación Social

Se recomienda estudiar de forma más profunda la relación de los periódicos con la construcción y afirmación de identidades de sectores marginados.

ANEXOS

1. Boletas de entrevistas, grupo focal y sondeo en el sector

1.1. Entrevista a Jaime Villalobos – Fundador del periódico Hormigón Armado

- ¿Cómo se creó o inicio el periódico *Hormigón Armado*?
- ¿Cuál es el proceso de elaboración del periódico?
- ¿Usted cómo conceptualiza al periódico *Hormigón Armado*?
- ¿Cómo define usted a un lustra calzados?
- ¿Cómo se determina los factores ideológicos, económicos, sociales y culturales en el imaginario de los lustra calzados?
- ¿Cómo se maneja los contenidos temáticos, las formas narrativas y los protagonistas dentro el periódico?
- ¿Cómo describiría usted este contexto de emergencia, desarrollo y situación actual de este sector de los lustra calzados?
- ¿Cómo caracteriza y describe la posición social y cultural de este periódico?
- ¿Cómo determina el contenido de este periódico?
- ¿Cómo ayudo este periódico a los lustra calzados?
- ¿Cree usted que el periódico ayuda para la construcción y afirmación de identidades en los lustra calzados? ¿Por qué? ¿Cómo?
- ¿Cuál fue la nota o artículo más importante que un lustra calzados pudo realizar dentro el periódico?
- Podría contarme un caso destacado de uno de los lustrabotas y ¿cómo fue su ingreso a este periódico?

- ¿Cuál es la línea editorial que tiene este periódico?

1.1.1 Entrevista a Magdalena Chambilla– Trabajadora Social y encargada de Hormigón Armado

- ¿Cuál es el proceso de elaboración del periódico?
- ¿Usted cómo conceptualiza al periódico *Hormigón Armado*?
- ¿Cómo define usted a un lustra calzados?
- ¿Cómo se determina los factores ideológicos, económicos, sociales y culturales en el imaginario de los lustra calzados?
- ¿Cómo se maneja los contenidos temáticos, las formas narrativas y los protagonistas dentro el periódico?
- ¿Cómo caracteriza y describe la posición social y cultural de este periódico?
- ¿Cómo determina el contenido de este periódico?
- ¿Cómo ayudo este periódico a los lustra calzados?
- ¿Cree usted que el periódico ayuda para la construcción y afirmación de identidades en los lustra calzados? ¿Por qué? ¿Cómo?
- ¿Cuál fue la nota o artículo más importante que un lustra calzados pudo realizar dentro el periódico?
- ¿Cómo describiría usted este contexto de emergencia, desarrollo y situación actual de este sector de los lustra calzados?
- ¿Hasta qué punto es auto sostenible este periódico?

- ¿Según tu criterio hasta qué punto es auténtico este periódico?
- ¿Cuál es la línea editorial que tiene este periódico?

1.2 Grupo Focal

GUIA DE DISCUSIÓN

CALENTAMIENTO

- Explicación sobre las condiciones de participación
- Presentación del modelador
- Presentación de los participantes

EVALUACIÓN

Obj: Examinar cual es el proceso de elaboración del periódico Hormigón Armado y de qué manera se relaciona con la construcción y afirmación de identidades de los lustra calzados de la ciudad de La Paz.

Comencemos entonces con la actividad. Los hemos invitado a esta reunión para ver varios aspectos sobre cada uno tocando así varios temas como la identidad y el periódico como tal, de los cuales vamos ir desarrollando más adelante.

Por favor mantengamos el silencio y escuchen con atención las siguientes preguntas que a continuación se les indicara. Antes se les pasara una hoja donde se les pide que ustedes puedan escribir sus historias resumidamente sobre toda su vida.

Evaluación individual:

1. Ahora que ya escribieron y resumieron contando sus historias me gustaría saber cómo ven la vida y como pueden resumirla en 4 palabras.
2. Ahora me gustaría que me cuenten como ingresaron a este proyecto de Hormigo Armado.
3. Que entienden cuando les hablo de identidad. Como podrían definir esta palabra.

Evaluación grupal:

1. Que temáticas manejan dentro el periódico
2. Me podrían explicar el proceso de elaboración de este periódico.
3. Desde su punto de vista como desarrollo este periódico
4. Me podrían hablar sobre el contenido que maneja el periódico
5. Como les ayuda este periódico, ya que dice que *Hormigón Armado* es un periódico de los lustras.
6. En que si inspiran al escribir sus historias dentro el periódico.
7. Como interviene el factor ideológico en su imaginario
8. Como interviene el factor económico en su imaginario (comparando el antes y ahora el después)
9. Como interviene el factor social en su imaginario
10. Como interviene el factor cultural en su imaginario
11. Que situaciones críticas o malas pasaron
12. Como fueron mejorando.
13. Y como se encuentran ahora.

14. Hasta qué punto se sienten identificados con el periódico

Opinión General:

1. En general que opinan del periódico
2. Que es lo que más les gusta que tenga el periódico
3. Hasta qué punto creen ustedes que el periódico es autentico
4. Que piensan que le falta al periódico o está bien, así como esta

Evaluación:

1. Hasta qué punto les ayuda los cursos de capacitación que se realizan los viernes.
2. Ustedes tienen identidad personal
3. Afirman su identidad si/no ¿Por qué?
4. Como afirman su identidad (si la respuesta de la anterior pregunta es SI)
5. Construyen su identidad si/no ¿Por qué?
6. Como construyen su identidad (si la respuesta de la anterior pregunta es SI)
7. Ustedes tienen identidad colectiva
8. Afirman su identidad si/no ¿Por qué?
9. Como afirman su identidad (si la respuesta de la anterior pregunta es SI)
10. Construyen su identidad si/no ¿Por qué?
11. Como construyen su identidad (si la respuesta de la anterior pregunta es SI)

2. Fotos

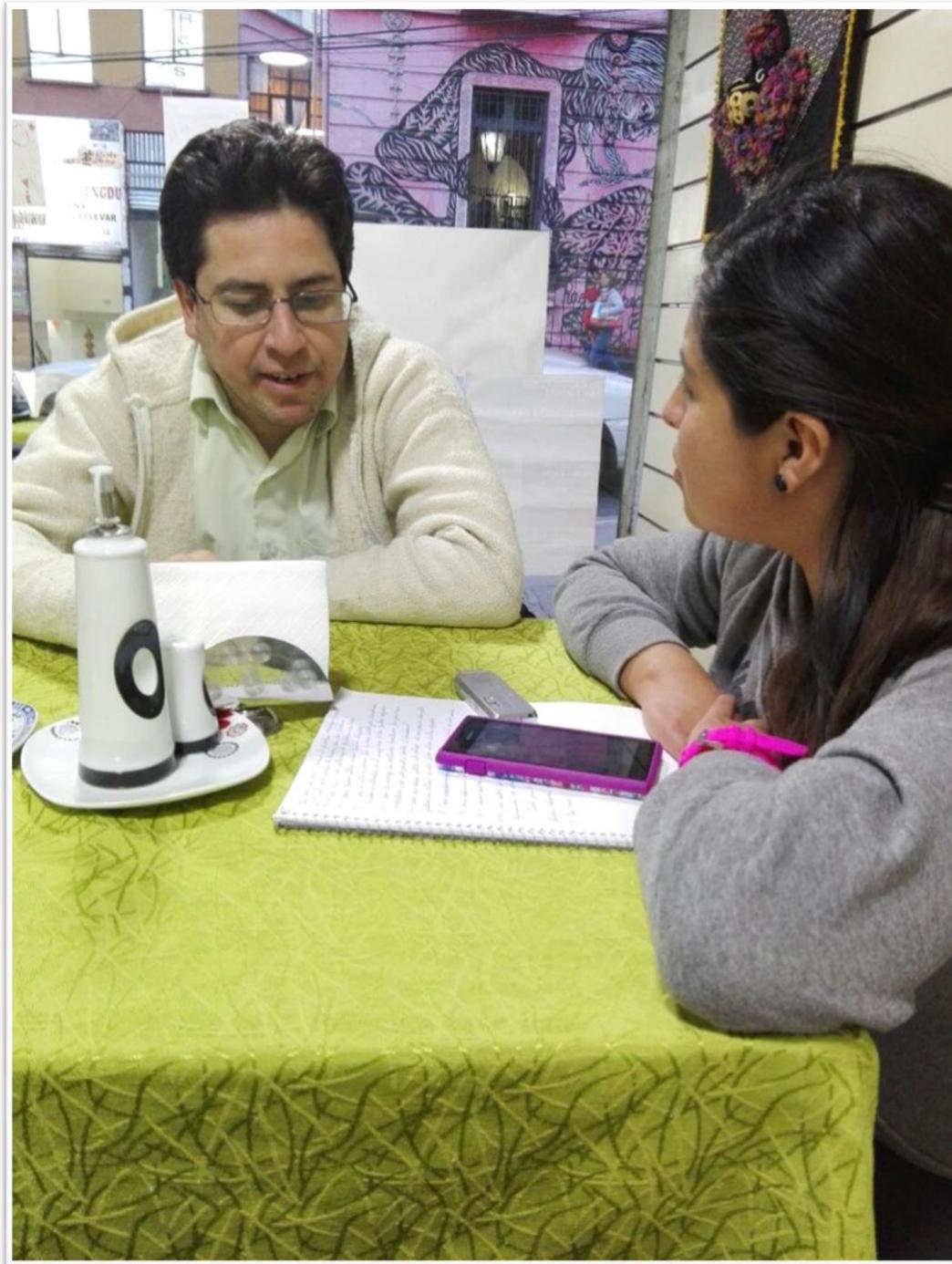


Foto N° 1: Entrevista a profundidad al Fundador de la Institución “Hormigón Armado”,

Lic. Jaime Villalobos.



Foto N° 2: Entrevista a profundidad al Fundador de la Institución “Hormigón Armado”,
Lic. Jaime Villalobos.



Foto N° 3: Entrevista a profundidad al Fundador del periódico cultural “Hormigón
Armado”, Lic. Jaime Villalobos.



Foto N° 5: Entrevista a profundidad a la encargada del área de Trabajo Social dentro de “Hormigón Armado”, Lic. Magdalena Chambilla.



Foto N° 6: Entrevista a profundidad a la encargada del área de Trabajo Social dentro de “Hormigón Armado”, Lic. Magdalena Chambilla.



Foto N° 7: Entrevista a profundidad a la encargada del área de Trabajo Social de “Hormigón Armado”, Lic. Magdalena Chambilla.



Foto N° 8: Entrevista a profundidad al voluntario Diego, en Hormigón Armado.



Foto N° 10: Sesión de Grupo Focal Lustrabotas “Hormigón Armado”.



Foto N° 11: Sesión de Grupo Focal Lustrabotas “Hormigón Armado”.



Foto N° 12: Sesión de Grupo Focal Lustrabotas “Hormigón Armado”.



Foto N° 13: Sesión de Grupo Focal, lustracalzados “Hormigón Armado”.



Foto N° 14: Sesión de Grupo Focal Lustrabotas “Hormigón Armado”.



Foto N° 15: Sesión de Grupo Focal Lustrabotas “Hormigón Armado”.



Foto N°16: Charlas de motivación dentro de “Hormigón Armado”.

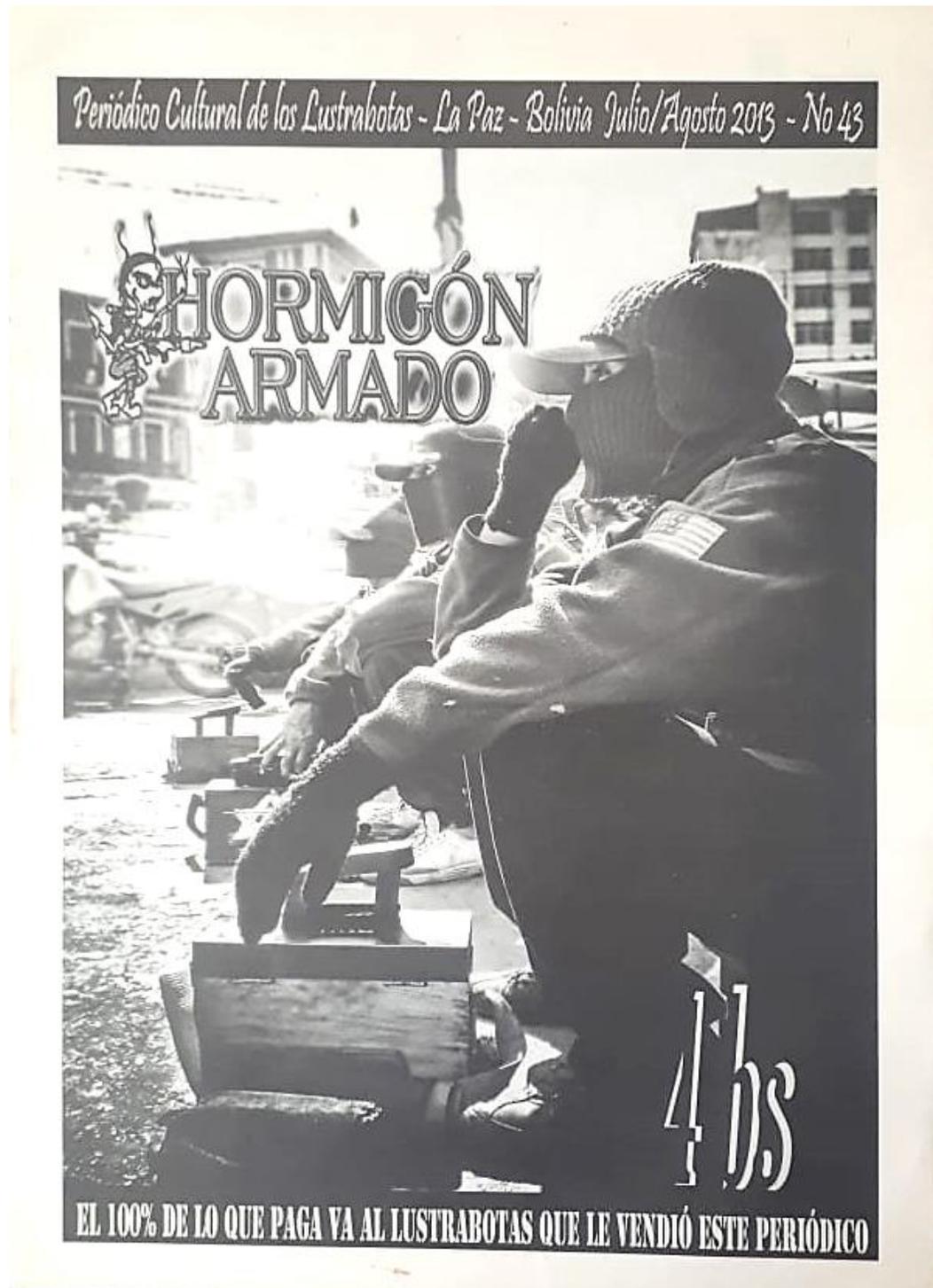


Foto N° 17: Talleres semanales dentro de “Hormigón Armado”.

3. HISTORIA DE UNO DE LOS LUTRABOTAS, ESCRITO POR ÉL

Hola mi nombre es cristian franco yo empeze con este trabajo muy chico bueno hasta el dia de hoy permanesco con el trabajo wando empece estaba en colegio bueno dividia mi horario para trabajar y estudiar y pues como toda persona siempre quise salir adelante y ~~de~~ di el primer paso saliendo del colegio me fui pal wartel tambien fue un paso importante para mi y actualmente estoy estudiando y a la vez trabajando y pues como todos no tengo muchos problemas, ^{una carrera tecnica} economicos, familiares, sociales. ~~y~~ pero esto para mi solo es como un obstawlo mas de los tantos que tuve y ~~se~~ siempre viendo le el lado positivo a la vida.

4. PERIÓDICO HORMIGÓN ARMADO GESTIONES 2013, 2014 Y 2015



Periódico Cultural de los Lustracalzados - Noviembre y Diciembre, 2014. - No. 51



3Bs de lo que paga por este periódico son para el lustracalzados que se lo vendió
1Bs es para el proyecto "Huerta Ecológica" en el Parque Urbano Central para la Población Beneficiaria del Hormigón Armado.
Encuentre en esta edición la parte 3 de 3 de la obra "El Empresario de los Zapatos Sucios" de Oscar Kellenberger





FUENTES DE CONSULTA

- Arnold, E. (1986). *Diseño total de un Periódico*. México: Editorial Edamex.
- Azcárate, P. (1875). *Obras Filosóficas de Aristóteles*. Recuperado de: <http://www.filosofia.org/cla/ari/azc10162.htm>
- Blanco, E. (2012). *Museo del Aparapita. Diccionario Cultural Boliviano*. Recuperado de: <http://elias-blanco.blogspot.com/2012/02/jose-manuel-loza.html>
- Benitez, J. (2000). *Los orígenes del periodismo en nuestra América*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Lumen.
- Diccionario manual de la lengua Española Vox. (2007). Larousse Editorial, S.L.
- Erickson, E. (1968). *Identidad, Juventud y Crisis*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Paidós.
- García, J. (1987). *Géneros de Opinión*. Newsweek: Editorial Praga.
- Gargurevich, J. (1982). *Géneros Periodísticos*. Editorial Belén.
- Gomis, L. (1997). *Teoría del Periodismo, como se forma el presente*. España: Editorial Paidós.
- Hessen, J. (1994). *Teoría del Conocimiento*. La Paz, Bolivia: Editorial América S.R.L.
- Iturri, J. (2012). *Entre Eros y Thánatos*. Bolivia: Editorial Gente Común.
- Lagarde, M. (2000). *Claves feministas para la mejora de la autoestima*. Madrid: Editorial Magne.
- Larrain, J. (2003). *Revista Famecos, Comunicación y Cultura*. Chile.

- Papalia, D y Olds, S. (2001). *Desarrollo Humano*. Madrid: Editorial McGraw-Hill.
- Taylor, S y Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona España: Editorial Paidós.
- Torrico, E. (1989). *Periodismo, Apuntes teórico – técnicos*. La Paz, Bolivia: Editorial Andina.
- Van, O. (2012). *El Derecho a la Información y la Comunicación en Bolivia*. Recuperado de: www.ceadesc.org/wp-content/uploads/2012/11/el-DIC1.pdf.
- Vander, J. (1986). *Manual de Psicología Social*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Woolfolk, A. (1999). *Psicología Educativa*. México: Editorial MX.