



# **UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA  
COMUNICACIÓN

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
SOCIAL

TÍTULO:

“LA DIFUSIÓN POR LOS MEDIOS IMPRESOS LOCALES DE  
LAS NECESIDADES DE LOS SERVICIOS BÁSICOS DE LOS  
BARRIOS DEL SUR DE LA CAMPIÑA LOJANA”.

Tesis previa a la obtención del  
grado de Licenciado en Ciencias de  
la Comunicación Social.

**Autor:**

OSCAR ISRAEL CRUZ ORMAZA

**Director:**

ING. WILMAN MERINO ALBERCA MG. SC.

**LOJA – ECUADOR**

**2015**

1859

## CERTIFICACIÓN

Dr. Wilman Merino Alberca Mg. Sc.

DOCENTE DEL ÁREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN  
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CERTIFICA:

Que la tesis de investigación denominada, "LA DIFUSIÓN POR LOS MEDIOS IMPRESOS LOCALES DE LAS NECESIDADES DE LOS SERVICIOS BÁSICOS DE LOS BARRIOS DEL SUR DE LA CAMPIÑA LOJANA", de autoría de Oscar Israel Cruz Ormaza, previa a la obtención del grado de Lic. En Ciencias de la Comunicación Social, observa las orientaciones metodológicas de la investigación científica y ha sido dirigida en todas sus partes, cumpliendo con las disposiciones emitidas por el Área de la Educación, el Arte y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja.

Por lo expuesto, autorizo la impresión y presentación para que sea revisada por el Tribunal de Sustentación correspondiente.

Loja, febrero del 2015


  
Ing. Wilman Merino Alberca  
DIRECTOR DE TESIS

## **AUTORÍA**

Yo, Oscar Israel Cruz Ormaza, declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

**Autor:** Oscar Israel Cruz Ormaza

**Firma:** .....

**Cédula:** 1104663487

**Fecha:** Loja, 20 de febrero de 2015

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR DE TESIS,  
PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y  
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo Oscar Israel Cruz Ormaza declaro ser autor de la tesis titulada “LA DIFUSIÓN POR LOS MEDIOS IMPRESOS LOCALES DE LAS NECESIDADES DE LOS SERVICIOS BÁSICOS DE LOS BARRIOS DEL SUR DE LA CAMPIÑA LOJANA”, como requisito para optar el grado de Lic. En Ciencias de la Comunicación Social; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las Redes Sociales de información del país, del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los veinte días del mes de febrero de dos mil quince, firma el autor.

Firma.....

Autor: Oscar Israel Cruz Ormaza

Cédula: 1104663487

Dirección: Benjamín Carrión y Jorge Gaitán.

Correo Electrónico: [oscar.icruz.o@gmail.com](mailto:oscar.icruz.o@gmail.com)

Teléfono: 0997763900

Tribunal de Grado:

Dra. Bélgica Elizabeth Aguilar Aguilar, Presidenta

Lic. Sybel Ontaneda Andrade, Mg. Sc. Vocal

Dr. Héver Sánchez Martínez, Mg.sc

## **AGRADECIMIENTO**

Un agradecimiento singular al director de tesis, Ing. Wilman Merino por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito. También agradezco a mis profesores de la carrera profesional porque todos han aportado con un granito de arena a mi formación, gratificación a las Autoridades de la Universidad Nacional de Loja, a la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social; al municipio de la ciudad de Loja, por las facilidades prestadas en la realización de la investigación; a los presidentes de los barrios que participaron en las encuestas.

El autor

## **DEDICATORIA**

Agradezco a mis padres por permitirme llegar hasta este punto y poder lograr mis objetivos, además por el apoyo incondicional que supieron brindar. Por el apoyo en todo momento, por sus consejos y valores, la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien.

A mis hermanos menores por sus consejos que supieron dar para no darme por vencido de ellos aprendí aciertos y de momentos difíciles y por estar siempre pendiente de mí.

A mis amigos que nos apoyamos mutuamente en nuestra formación profesional.

Finalmente a los maestros, aquellos que marcaron cada etapa de nuestro camino universitario, y que me ayudaron en asesorías y dudas presentadas en la elaboración de la tesis.

Oscar Israel Cruz Ormaza

## ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN

INVENTARIOS DE DOCUMENTOS – SISTEMA BIBLIOTECARIO UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA											
BIBLIOTECA: Área de la Educación, el Arte y la Comunicación											
TIPO DE DOCUMENTO	NOMBRE DEL DOCUMENTO	FUENTE	FECHA AÑO	ÁMBITO GEOGRÁFICO						OTRAS DEGRADACIONES	NOTAS OBSERVACIONES
				NACIONAL	REGIONAL	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	BARRIOS COMUNIDADES		
TESIS	Oscar Israel Cruz Ormaza LA DIFUSIÓN POR LOS MEDIOS IMPRESOS LOCALES DE LAS NECESIDADES DE LOS SERVICIOS BÁSICOS DE LOS BARRIOS DEL SUR DE LA CAMPIÑA LOJANA.	UNL	2015	ECUADOR	ZONA 7	LOJA	LOJA	SAN SEBASTIÁN Y SUCRE	Daniel Álvarez, Las Lomas Alba Cabrera El Pedestal Cuarto Centenario El Dorado Miraflores alto y bajo Balcón Lojano Las Peñas Época Reina del Cisne, entre otros.	CD	Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social.

## MAPA DE LA CIUDAD DE LOJA



Mapa de Loja recuperado de: <https://www.google.com/search?q=mapa+del+canton+loja>

## UBICACIÓN DEL SITIO DE INVESTIGACIÓN DISTRITO SUR



Mapa de Loja recuperado de: <http://www.loja.gob.ec/contenido/mapas-y-planos>



## **ESQUEMA DE TESIS**

PORTADA

CERTIFICACIÓN

AUTORÍA

AGRADECIMIENTO

DEDICATORIA

ESQUEMA DE TESIS

ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN

UBICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

a. TÍTULO

b. RESUMEN  
SUMMARY

c. INTRODUCCIÓN

d. REVISIÓN DE LITERATURA

e. MATERIALES Y MÉTODOS

f. RESULTADOS

g. DISCUSIÓN

h. CONCLUSIONES

i. RECOMENDACIONES

j. BIBLIOGRAFÍA

k. ANEXOS

**a. TÍTULO**

“LA DIFUSIÓN POR LOS MEDIOS IMPRESOS LOCALES DE LAS  
NECESIDADES DE LOS SERVICIOS BÁSICOS DE LOS BARRIOS  
DEL SUR DE LA CAMPIÑA LOJANA”

## **b. RESUMEN**

Se investigó la difusión por los medios impresos locales de los servicios básicos de los barrios del sur de la campaña lojana de la Ciudad de Loja. La investigación se realizó en el período comprendido entre los meses de marzo a julio del 2014, en el distrito sur de la Ciudad de Loja.

El objetivo general que se persiguió fue: Diseñar estrategias para difundir y dar a conocer ante las autoridades las necesidades de los servicios básicos de los barrios del sur de la campaña lojana por los medios impresos locales.

Entre los principales métodos de la investigación que se utilizaron, constan: El método científico que sirvió para extraer la información, concretar el problema, así mismo como desde el marco teórico concretar la hipótesis y su operacionalización. También se lo utilizó en la formulación de conclusiones y recomendaciones a partir de las discusiones de resultados. El método inductivo, que ayudó a auscultar el objeto y haciendo uso de los instrumentos de investigación, conocer sus particularidades empíricas para luego mediante la búsqueda de las relaciones dadas entre ellas, integrarlas en la totalidad, describirlas y buscar sus características y explicaciones causales, cuya información fue agrupada en cuadros y gráficos, para luego ser descrita, analizada e interpretada.

Una vez ordenada, procesada y analizada la información, se pudo concluir que la difusión de las necesidades de los servicios básicos en los barrios del distrito sur de la Ciudad de Loja no son difundidas en los medios impresos locales.

Luego de las conclusiones, se realiza algunas recomendaciones para que las dirigentes barriales se dediquen en difundir de alguna manera sus necesidades básicas para que las autoridades a cargo puedan enfrentar el problema. Finalmente se formuló una propuesta de elaboración de un periódico comunitario de edición mensual que en adelante sirva para llenar el vacío de la falta de difusión de los servicios básicos en los barrios investigados.

## **SUMMARY**

Diffusion was investigated by local print media from basic services of the southern suburbs of the countryside Loja City. The research was conducted in the period from March to July 2014, in the southern district of the city of Loja.

The general objective was pursued: Develop strategies to disseminate and make known to the authorities of the basic needs services the southern suburbs of the Loja countryside by local print media.

The main research methods were used, consisting: The scientific method was used to extract the information, realize the problem as same as from the narrow framework hypothesis and its operationalization. It is also used in the formulation of conclusions and recommendations from the discussions of results. The inductive method, which helped to listening to the object and using research tools, know their empirical characteristics and then by finding the relations given between them, integrate them into the whole, and describe their characteristics and search for causal explanations, as information was grouped in tables and charts, then be described, analyzed and interpreted.

Once sorted, processed and analyzed information, it was concluded that the dissemination of basic needs services in neighborhoods in the southern district of the City of Loja were spread in local print media.

After the findings, some recommendations are made to the neighborhood leaders engaged in spreading somehow their basic needs for the authorities in charge can face the problem. Finally, a proposal of developing a monthly community newspaper edition that henceforth serve to fill the void of the lack of dissemination of basic services in the investigated districts was formulated.

### **c. INTRODUCCIÓN**

A los servicios básicos de una urbe se los conoce como las necesidades de la sociedad en cual sentido las autoridades de los gobiernos autónomos descentralizados de cada ciudad están obligados a proveerlos, orientados a satisfacer sus necesidades que en su conjunto propicien las condiciones necesarias para un Buen Vivir, como lo determina la Constitución ecuatoriana en su Art. 52 “las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

Los Municipios, siendo estas las instituciones más cercanas a los presidentes barriales de las comunidades en ejercicio con los gobiernos autónomos descentralizados, están obligados a resolver los problemas que les aquejan y promover el desarrollo equitativo de los barrios, la integración y al desarrollo social cultural y económico de la comunidad.

Por ello los, limitados recursos que se designan para satisfacer las necesidades básicas y por la inadecuada planificación, impide a las autoridades a cargo de atender con solvencia las demandas por parte de los barrios, donde principalmente en los sitios más alejados es común percibir la inexistencia de los servicios básicos como: agua potable, alcantarillado, áreas verdes, alumbrado eléctrico, entre otros lo que dificulta el Buen Vivir de los ciudadanos de dichos sectores.

Siendo estos los temas importantes los cuales se abordaron en la investigación denominada “LA DIFUSIÓN POR LOS MEDIOS IMPRESOS LOCALES DE LAS NECESIDADES DE LOS SERVICIOS BÁSICOS DE LOS BARRIOS DEL SUR DE LA CAMPIÑA LOJANA”, mediante el cual se realizó un acercamiento conceptual a cada elemento anotado con la perspectiva de fundamentar teóricamente el problema del objeto de estudio.

Debido a las características del tema planteado se sitúa conceptualmente la calidad de los parámetros, al tiempo que se discurre sobre el desarrollo de las comunidades, las organizaciones, los gobiernos autónomos

descentralizados, en un segundo plano el marco teórico se hace énfasis a los servicios básicos y sus necesidades, además de su difusión en los medios impresos locales, también se adjunta algunos artículos de cuerpos legales que le dan un mayor sustento.

Los procedimientos metodológicos han aportado en este estudio a la consolidación de los resultados que se ha obtenido en las entrevistas realizadas a los dirigentes barriales, información que sustenta las conclusiones y las recomendaciones, y sobre todo la comprobación de la hipótesis que ha guiado el trabajo de investigación. Las recomendaciones dieron lugar a un planteamiento de una propuesta como alternativa para que los líderes barriales difundan sus necesidades faltantes en los medios impresos, y la comunidad de esta manera mejore su organización, capacidad de gestión y su calidad de vida.

De este modo, se llegó a concretar el presente informe, el cual se estructura de los siguientes elementos:

En las partes preliminares constan: a) el título, b) resumen, c) la introducción, posteriormente luego de las partes preliminares en el literal d), se ubica la revisión de literatura, en la que se fundamenta el carácter de los servicios básicos, están como parte del buen vivir, las formas de difusión de las necesidades básicas para luego explicar los medios impresos, su uso en las diferentes variaciones. Consecutivamente el literal e) materiales y métodos, en la cual combinamos el método cualitativo y cuantitativo, también el método bibliográfico que nos ayudó para la elaboración de la revisión de la literatura. Luego enf) resultados, se exponen analiza e interpreta la información empírica recuperada con los instrumentos de investigación; con ellos fue posible concretar los elementos finales que son: g) discusión, h) conclusiones, i) recomendaciones, j) bibliografía, k) anexos.

## **d. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **LOS SERVICIOS BÁSICOS DE LOS BARRIOS SUBURBANOS**

#### **1. Los servicios básicos.**

Para un barrio y sus habitantes lo más importante, son que cuente con todos los servicios básicos para que exista una adecuada vida de calidad

Es así como Giancarla de Quiroga (2010, p 31) dice que “Un hito importante en esta evolución ha sido la incorporar servicios sociales en los programas para el mejoramiento de los barrios tal y como han ocurrido en los programas de otras ciudades”

Los servicios básicos son bienes tangibles e intangibles que los ciudadanos tienen derecho y de los que tienen que disponer para el disfrute de una vida digna que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios, es decir el goce de una vida digna.

Para Pirez, P (2011, sp), los servicios básicos es una ponencia en donde se intenta, en una forma general, "armar" una trama que nos permita "mirar" a la ciudad desde el punto de vista de cómo suceden las cosas, en especial, en relación a lo que venimos denominando la gestión urbana.

Al ser el papel fundamental del estado la protección y atención a sus ciudadanos, su organización política y administrativa en todos los niveles jurisdiccionales, guarda estrecha relación entre las demandas de la población y su capacidad económica e infraestructura, a tal punto de favorecer el acceso de todas las personas a los servicios básicos sociales. Alvarado Gordillo, G. R., MuimaShingle, Adrian. O., & Sanmartín Quezada, E. J. (2013, p27)

Entonces podemos decir que los servicios básicos, en un barrio o ciudad son las obras de infraestructura necesarias para una vida digna entre estos

tenemos: agua potable, alcantarillado, vías, alumbrado, energía eléctrica, servicio de recolección de basura, entre otros.

La libertad, igualdad, siempre reflejara el trabajo que realice la persona encargada la que se encuentra al frente de una ciudad, quien vela por sus habitantes y ve que vivan en una equidad en la cual gocen de todos los servicios

Agustín Hernández Aja (2009, 79-93). La ciudad siempre refleja en su forma y organización el proyecto urbano del grupo dominante que la controla. Los proyectos sociales de base democrática se han reflejado sobre la ciudad mediante la creación de espacios colectivos (libres o contruidos). Los principios de Igualdad y Libertad se reflejaron mediante la creación de nuevos espacios libres (calles, plazas, paseos, avenidas, parques y jardines), aptos para la libre circulación y el encuentro de los ciudadanos. Y la Fraternidad se concretó proveyendo a los ciudadanos de escuelas, bibliotecas y hospitales.

Los municipios de cada ciudad son los que están encargados de brindar este servicio, por ejemplo al decir de los funcionarios del municipio de Loja ha manifestado “nuestro propósito es servir a la ciudadanía, en diferentes ámbitos de nuestro accionar”.

Además los servicios básicos constituyen los elementos que contribuyen al desarrollo humano, como un conjunto de prácticas encaminadas a ampliar las posibilidades de realización y disfrute social, económico, político y cultural, acorde a una interrelación de procesos de cambio gradual y dinámico en la calidad de vida de las comunidades, mismas que siempre están procurando el crecimiento con justicia social sin comprometer los recursos para las generaciones futuras.

La Calidad de Vida Urbana está definida, a partir de los niveles de satisfacción que alcanzan las necesidades y demandas de los diferentes grupos de población asociados al territorio, sustentados a partir de la relación entre diferentes actores. La oferta es considerada a partir de las interacciones de los recursos materiales e inmateriales en función de necesidades objetivas, integrando por un lado los Servicios Urbanos y el Equipamiento en sus diferentes niveles de gestión, ya sean público o privado, a escala Nacional, Provincial o Municipal. Y por el otro lado, por el



equilibrio entre los aspectos Urbano-Ambientales, ya que influyen directamente sobre el concepto de calidad.

Social y políticamente son los estados con estructuras jurídica y operativas que asumen la responsabilidad de asistir con servicios a sus ciudadanos independientemente de su posición social, credo, etnia y nacionalidad a nivel nacional, la estructura política y administrativa converge al impulso de acciones organizaciones dirigidas de manera individual y colectiva a mejorar las condiciones de los barrios de una ciudad. (Ainstein L. et al, 2012).

Según la UNESCO, para poder tener una excelente calidad de vida existen tres opciones esenciales para cada persona son: “poder tener una vida larga y saludable, poder adquirir conocimientos y poder tener acceso a los recursos necesarios para disfrutar de una vida decorosa”<sup>1</sup>.

### **¿Porque todos los barrios no tienen las mismas necesidades básicas?**

Actualmente el desarrollo de los barrios no es igual que todos, ya que en algunos se encuentran más adelantados que otros, no existe equidad entre ellos ya que se apoya a sitios definidos como rentables incluso se podría decir que impide un análisis complejo del todo un conjunto.

Agustín Hernández Aja (2009, 83). El espacio urbano se encuentra en trance de perder su complejidad y variedad, al propiciarse su concentración y especialización, vislumbrándose la desaparición de la esencia de la ciudad que conocemos. La simplista determinación de apoyar los sectores definidos como rentables impide el análisis de la ciudad como un conjunto complejo, en el que la dimensión económica no es más que uno de los factores de su calidad.

El desarrollo de las sociedades en la actualidad, producen y reproducen desigualdades en los diversos ámbitos de la vida social, entre fuerza y el capital y entre grupos de individuos, los servicios básicos se observa en distintas regiones geográficas; medio rural y urbano, minorías organizadas y masas sociales fragmentadas, lo que origina intereses y necesidades divergentes, entre los diferentes barrios de una ciudad.

---

<sup>1</sup> UNESCO, informe, 2000

Si se quiere mantener a los barrios en una continua transformación debemos crear una cultura de intervención, en la cual las autoridades se preocupen por el desarrollo de los barrios para una excelente calidad de vida.

Agustín Hernández Aja (2009, 83-84). Si queremos mantener o acrecentar el valor social de nuestras ciudades es necesario construir una cultura de la intervención en la que se retomen los valores globales que hicieron de los ciudadanos los primeros hombres libres. Construyendo una ciudad capaz de sostener un nuevo pacto urbano que tome como eje la calidad de vida, entendida como un constructo que a una participación, seguridad y responsabilidad social, sobre un espacio urbano con calidad ambiental. La calidad ambiental deberá sumarse a las cualidades básicas que fueron la causa del éxito de las ciudades: la posibilidad de establecer un proyecto de autonomía a través de la libertad individual y la concreción de la responsabilidad social. Si queremos mantener o recuperar el carácter de la ciudad del *ruare magnum* de lo urbano, es necesario reconstruir el espacio urbano sobre el proyecto de la libertad y la solidaridad, al que incorporaremos la responsabilidad ecológica, fruto de la necesidad de implantar el proyecto de la sostenibilidad como única garantía de la supervivencia de sociedades y espacios. Reclamando una ciudad para los ciudadanos, en la que se garantice su calidad de vida mediante la satisfacción de tres cualidades:

- Libertad individual.
- Responsabilidad social
- Responsabilidad ecológica.

La libertad individual, de forma que permita que los ciudadanos dominen su tiempo y su espacio, que puedan elegir entre mantenerse en su grupo social o abandonarlo por otro sin graves costos emocionales. Posibilitando la elección, según lugares y tiempos, del anonimato o del contacto social, determinándose el barrio como ámbito de participación y apropiación.

La responsabilidad social, reflejada en la realización de actividades socialmente útiles y en la generación de un espacio urbano que dote a los individuos de las condiciones necesarias para el desarrollo de sus capacidades humanas, y que permita el cuidado de los más débiles, sobre una red de dotaciones públicas capaces de resolver las necesidades de asistencia, formación y participación.

La responsabilidad ecológica, no consumiendo recursos sobre su tasa de renovación ni produciendo residuos sobre la tasa de absorción del medio, mediante una nueva estructura urbana que garantice la calidad del entorno del ser humano, desde el barrio y la ciudad hasta la región y el planeta.

De acuerdo a lo antes mencionado, podríamos hablar con propiedad de los servicios básicos partiendo de esquemas formales y ahistóricos, ya que esto siempre ocurre en el seno de poblaciones sociales, que es preciso caracterizar en cada momento de su vida, pero sin embargo, la política social, hace que existan la desigualdad entre los barrios, por eso es que nacen a partir de algunas tipologías de necesidades básicas, que se pueden decir que son admitidas como supuestos básicos de las necesidades de un barrio.

Los barrios que sufren problemas abordan sus necesidades básicas, cediendo dos formas de protagonismo: el diagnóstico de las mismas, que se apropia de la política de las instituciones y la gestión, que queda en manos de técnicos y funcionarios intermedios, profesionales y voluntarios. Entonces de este modo, los barrios son excluidos de algunos de los sistemas de decisión y gestión de la política social, lo que se corresponde con su posición social marginal ya que suelen estar dispersos, individualizados y poco organizados. Según algunos autores, esta institucionalización de las relaciones sociales entre los agentes de la política social tiene efectos de apropiación, desplazamiento y exclusión. Por ende Gaulejac, V. (2013, p.36) menciona:

Las instituciones buscan apropiarse del público, del territorio y de los síntomas que ellas están llamadas a gestionar. Exclusión de todas aquellas propuestas que no se plantean como subsidiarias de su intervención. Concurrencia con aquellos que buscan intervenir en lo que las instituciones consideran un ámbito de su propiedad; incluso si una institución no aborda correctamente un problema que considera de su competencia, tampoco aceptará que otros traten de solucionarlo. Esta forma de funcionar la política social no busca encontrar soluciones a los problemas planteados sino que aplica un modelo operatorio.

Entonces podríamos decir que las instituciones han buscado apropiarse de los territorios, para poder ser intervenidos en un ámbito de propiedad, y es así como funciona la política social para encontrar las soluciones a los problemas planteados.

## **Vivienda y servicios básicos**

En una vivienda es necesario determinar, cuales son las necesidades esenciales que hacen faltan en el hogar que deben ser satisfechas por un para que el estatus de vida sea digno de una familia.

Feres, J. C., & Mancero, X. (2010 p, 66). En este sentido, es posible distinguir entre necesidades absolutas y relativas. Las primeras son aquellas satisfacción es indispensable para la existencia humana, independientemente del medio social en que se desenvuelva la persona. Por ejemplo, un nivel de nutrición que permita ejecutar actividades físicas mínimas es una necesidad absoluta, ya que su satisfacción es esencial en cualquier sociedad.

El acceso a la vivienda, junto con otros servicio básicos como son: alcantarillado, agua potable, educación y sanidad, entre otros son cimientos fundamentales de una sociedad sostenible y justa.

Esto es un derecho básico del ser humano el acceso a la vivienda, los conflictos sociales económico e incluso político, al igual que otros muchos de los vectores sociales y económicos de la sustentabilidad, una población no es viable y sostenible a largo plazo si los ciudadanos no pueden acceder y disponer de un espacio habitable íntimo y propio en el que desarrollar los elementos más privados de su existencia.

La igualdad de oportunidades para acceder a bienes y servicios básicos empleo, educación, sanidad, vivienda entre otros deben extenderse a todos los colectivos que forman parte de una ciudad y su entorno, incluso aquellos grupos que los requieren temporalmente como son los inmigrantes, nómadas o los turistas.

## **Los servicios básicos como parte del buen vivir**

Los servicios básicos para el buen vivir se describen como un derecho para las personas y que el estado debe encargarse de hacerlos cumplir. El buen vivir es nuestro horizonte, ofrece alternativas para construir una

sociedad más justa en la que el centro de atención pública será el ser humano y la vida.

## **Objetivos del buen vivir**

### **Según la Secretaria Nacional del Ecuador**

Objetivo 1. Auspiciar la igualdad, la cohesión y la integración social y territorial en la diversidad.

Objetivo 2. Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.

Objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población.

Objetivo 4. Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable.

Objetivo 5. Garantizar la soberanía y la paz, e impulsar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana.

Objetivo 6. Garantizar el trabajo estable, justo y digno, en su diversidad de formas.

Objetivo 7. Construir y fortalecer espacios públicos interculturales y de encuentro común.

Objetivo 8. Afirmar y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.

Objetivo 9. Garantizar la vigencia de los derechos y la justicia.

Objetivo 10. Garantizar el acceso a la participación pública y política.

Objetivo 11. Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible.

Objetivo 12. Construir un Estado Democrático para el Buen Vivir.

## **Los servicios básicos en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor**

Los servicios básicos se establecen con un servicio básico para los seres humanos, considerando que los ecuatorianos son víctimas permanentes de todo tipo de abusos por parte de empresas públicas y

privadas en las que son usuarios y consumidores es por eso que en la Ley Orgánica de Defensa del consumidor se establecen sus derechos.

## **Derechos y Obligaciones de los Consumidores**

Art. 4.- Derechos del consumidor: son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;

9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor;

10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención, sanción y oportuna reparación de los mismos:

11. Derecho a seguir las acciones administrativas y /o judiciales que correspondan; y,

12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

Todos los seres humanos tenemos derechos y obligaciones que se nos deben cumplir, y en especial los servicios básicos que son indispensables para una vida correcta y adecuada.

## **2. Difusión de las necesidades de los servicios básicos**

Los barrios siempre han tenido la necesidad de difundir los servicios básicos de los barrios por parte de la prensa local y nacional, ya que es de gran importancia que estos problemas se solucionen de una manera inmediata por es un derecho de los seres humanos vivir en lugar digno y de satisfacción para su gozo diario de su vida.

Por eso es necesario que la prensa ponga más énfasis en la difusión de sus necesidades o escuchen sus denuncias que tienen que hacer hacia las autoridades, quienes son las que tienen que solucionar estos problemas de servicios básicos que las faltan a algunos barrios.

## **¿Cómo se expanden los barrios en la ciudad?**

Los barrios generalmente se dividen por la clase económica originalmente en los cambios de la crisis de los sistemas económicos baja, media y alta.

Janoschka, M. (2011, p, 82). El punto de partida de las reflexiones sobre transformaciones urbanas son los cambios sociales originados en la crisis del sistema económico fordista, y que en la mayor parte del mundo condujeron a una reestructuración de ciertos contextos espaciales, particularmente en las ciudades. La transformación de la sociedad industrial en una sociedad de servicios produjo una pluralización: la industria y los proveedores de servicios ofrecen al consumidor productos cada vez más diversos, que suelen cubrir exactamente los nichos de mercado. La contrapartida social de este proceso se refleja en la disolución de "clases" o "capas" tradicionales y la tendencia a la formación de una amplia pluralidad de ámbitos sociales.

Azocar (2010) en su obra dice “que los humanos siempre han buscado establecerse un lugar donde vivir y es por eso que se ven los grandes crecimientos en las metrópolis”.

La ciudad es el hábitat humano por excelencia; la proporción de población urbana en comparación con la población rural y el crecimiento acelerado de las ciudades, tanto en habitantes como en extensión, son fenómenos globales que así lo demuestran. La región latinoamericana. (Azócar, G., 2010, p. 79-82)

En Latinoamérica es normal ver asentamientos irracionales es por tal razón que todos no cuentan con sus servicios básicos, ya que son asentamientos irregulares y el estado no los puede tomar en cuentas.

## **Calidad de vida de los barrios**

La calidad de vida se podría decir que no solo comprenden los bienes y servicios que tienen acceso las personas o grupos determinados de personas, para que estos puedan satisfacer sus necesidades de carácter natural y social, si no que se puede hacer referencia al grado de libertad con que se ha elegido el estilo de vida personal dentro de una población



Para Rodríguez, A., & Winchester, (2009., p, 2) L, “la ciudad la hacen los ciudadanos (la "sociedad civil"), el Estado y el mercado. Un adecuado equilibrio entre estos agentes permite hacer de la ciudad un espacio políticamente más democrático, socialmente más justo, ambientalmente más sustentable y económicamente más eficiente”.

### **Organización del espacio público como necesidad básica barrial**

Se lo podría definir como el cumplimiento o como el grado de cumplimiento exigible aun criterio de calidad. Dichos en otros términos define en el rango en el que resulta aceptable el nivel de calidad que se alcanza en un determinado proceso o servicio.

Borja, J., & Muxi, Z. (2011 p, 13). La evolución de muchas de las grandes ciudades europeas y americanas parece condenar a reliquias del pasado la imagen de la ciudad como espacio público, como lugar o sistema de lugares significativos, como heterogeneidad y como encuentro. La segregación social y funcional, centros especializados, áreas fragmentadas son desafíos presentes en la ciudad a los que hay que agregar dos cuya resolución es básica como son el tránsito y la seguridad.

Pero afrontar exclusivamente estos retos por vías directas y sectoriales conduce a empeorar los problemas antes que resolverlos.

Actualmente los estudios urbanos sobre el espacio público son prominentes y abarcan un amplio espectro de enfoques. Esto revela al espacio público como un objeto de estudio muy dinámico y un concepto sobrecargado de ambigüedades. Es así que el espacio público puede significar cosas muy diferentes para distintas personas (vecinos, inversores urbanos, planificadores, gobernantes); y muy frecuentemente, significa varias cosas en una. (Rizzo, P. 2010. P. 2).

Entonces podríamos decir que las sociedades urbanas son prominentes por naturaleza al espacio público, esto nos demuestra que las sociedades necesitan de un espacio gubernamental aunque para otras personas no sea esto lo mismo.

Las distintas prácticas socioespaciales de las organizaciones nos demostraron que el Estado tiene la oportunidad y la responsabilidad de ser

el promotor del espacio público, como espacio político, como espacio de participación y de definición de problemas. Porque es en el espacio público donde es puesto en escena y se hacen visibles los diferentes intereses y conflictos cotidianos.

Otras de las practicas que deberían realizar, es la gestión que deben hacer los presidentes barriales, para que de esta manera las autoridades encargadas puedan ayudar a solucionar los problemas que les afectan

La gestión es una administración racional con creatividad que se manifiesta en una acción intencionada donde participan la valorización, la apropiación y la comunicación. En esta definición previa y provisoria de la gestión como objeto de intervención se identifican al menos cuatro ejes de análisis: acción, valorización, apropiación y comunicación. Estos ejes se numeran sucesivamente del 7 al 10. Toda acción individual o colectiva tiene una intención explícita o implícita. La valorización tiene al menos tres lecturas: socio-cultural (como valor de uso, incluido el valor simbólico), económica (como valor de cambio) y pública (como valor de uso complejo) La apropiación se entiende a partir de una dialéctica vertical-horizontal en la que los sujetos se apropian o bien son ajenos en mayor o menor medida de la acción o el proceso en el que están incluidos. La comunicación es la communicatio = la puesta en común más o menos participativa a partir de la cual se generan vínculos y aconteceres muy diversos entre los sujetos del Estado, el mercado y la ciudadanía.” (Bozzano; 2005)

Al respecto podríamos decir para que exista una equidad barrial el que tienen que realizar la gestión en sí es, El Presidente del barrio para que incluso se den solución a los problemas que le acogen al barrio.

### **3. ¿Qué son los medios impresos?**

Al diario se lo conoce como un medio de comunicación impreso, de circulación diaria, que contiene diferente tipo de información sobre áreas de interés general, en el diario podemos encontrar información, opinión, análisis, noticias, artículos, editoriales entre otros.

Los medios impresos por lo general son publicaciones diarias, estos también cumplen la función de informar a la sociedad, que consiste en presentar las noticias más destacadas, también proporcionan informaciones y consejos a sus lectores.

Los ingresos económicos de los periódicos se basan, en la interacción que existe con la publicidad.

#### **4. Estrategias para la difusión en medios de comunicación**

Se requiere una estrategia para los medios de comunicación que identifique y use adecuadamente los medios apropiados.

En América Latina han prevalecido tres conceptualizaciones principales respecto de la relación entre comunicación social y desarrollo nacional: "comunicación de desarrollo", "comunicación de apoyo al desarrollo" y "comunicación alternativa para el desarrollo democrático".

La comunicación de desarrollo es, en esencia, la noción de que los medios masivos tienen la capacidad de crear una atmósfera pública favorable al cambio, la que se considera indispensable para la modernización de sociedades tradicionales por medio del progreso tecnológico y el crecimiento económico.

La comunicación de apoyo al desarrollo es la noción de que la comunicación planificada y organizada - sea o no masiva - es un instrumento clave para el logro de las metas prácticas de instituciones y proyectos específicos de instituciones que propician el desarrollo. Beltrán, L. R. (2012 p, 2).

La comunicación alternativa para el desarrollo democrático es la noción de que, al expandir y equilibrar el acceso y la participación de la gente en el proceso de comunicación, tanto a niveles de medios masivos como a los interpersonales de base, el desarrollo debe asegurar, además de beneficios materiales, la justicia social, la libertad para todos y el gobierno de la mayoría.

Para MOLOTCH y LESTER (1975, pág. 102 y sigs.) señalan que podemos distinguir del conjunto de hechos, que son las noticias, un encadenamiento de hechos

(happenings), acontecimientos (occurrences), información (event) y temas (issue). Los hechos sería todo lo que sucede en el mundo. Los acontecimientos son un conjunto de hechos conocidos. Un acontecimiento, es una información si alguien lo utiliza en un momento dado para estructurar su experiencia. Así, por extensión, califican como evento público aquellos acontecimientos utilizados para estructurar la vida colectiva y a través de los cuales las sociedades organizan y comparten de manera simbólica su pasado, presente y futuro.

Formular una estrategia para los medios de comunicación debería seguir los pasos de la planificación estratégica que se enuncia en planificación de una estrategia de una campaña: realizar un análisis de la situación, definir objetivos claros, planificar la acción y decidir cómo hacer la vigilancia del proceso y los resultados de la estrategia para los medios de comunicación. El análisis debería incluir un catálogo del entorno de los medios de comunicación detallado, para examinar los medios existentes y establecer los canales de comunicación que mayores probabilidades tienen de llegar a los diferentes destinatarios o grupos destinatarios.

Grossi (2008, pág. 75) señala al respecto que la función periodística no consiste tanto en la capacidad de comprender y/o seleccionar el hecho sensacional, sino en la competencia contextualizante del mismo hecho.

Los elementos del entorno de los medios de comunicación incluyen:

Canales de comunicación

Cantidad y calidad de los medios de difusión; tipo de medio de difusión

Ciclos de noticias: 24 horas como CNN, diarios (muchos periódicos), semanales, mensuales (muchas revistas), etc.

Popularidad: número de lectores o espectadores

Tipos de lectores o espectadores (por ejemplo grupo de edad y nivel de educación)

## Grado de acceso de los destinatarios

Tendencias ideológicas o de otra índole (por ejemplo medios de comunicación que adoptan una tendencia religiosa determinada o que están a favor o en contra de un partido político determinado)

La veloz evolución de la tecnología ha permitido el uso cotidiano de un gran número de herramientas de comunicación, desde las transmisiones rápidas de la información (minitel, Internet, televisión por cable y por satélite, etc.) hasta las creaciones de imágenes. Todo el mundo se comunica, no es una novedad, pero los métodos, los soportes y los canales de transmisión han cambiado mucho últimamente. No es mi intención entrar aquí en un estudio detallado de la evolución de la comunicación, mas solamente hacer notar que el nacimiento del marketing territorial y las mutaciones en el sector de la comunicación están íntimamente ligadas. Si admitimos que la representación es una creación social y/o individual de un esquema pertinente de lo real, podemos considerar el marketing como una nueva forma de representación geográfica. Hoy en día, por tanto, las ciudades deben saber hacer su propia promoción. Esto no constituye un fenómeno fundamentalmente nuevo, ya que la libertad de los mercados (laboral, de bienes, de servicios y de capitales) siempre ha incitado a las ciudades a "cuidar su imagen"; pero la aceleración de los procesos económicos ha incrementado verdaderamente las necesidades de las ciudades de nuevas herramientas que apuntan a aumentar su atractivo. Benko, G. (2009, p, 67).

Medios de comunicación no tradicionales: nuevos medios (como sitios de noticias en línea y blogs), medios alternativos (no tradicionales, gestionados por una ONG, incluidos medios de difusión comunitarios)

### **Orientación practica para establecer que medios deben tener en cuenta**

Circulación y mediciones de audiencia, es decir el número de personas que usan los medios de comunicación

Grupo de lectores o espectadores, es decir los tipos de personas que usan los medios y la trayectoria, es decir qué tipo de reputación tienen ante sus destinatarios.

## **Difusión en los medios impresos**

Como se sabe y es de conocimiento la prensa escrita es un conjunto de publicaciones impresas las cuales se diferencian en función su periodicidad, que puede ser diaria al cual lo llamamos diario, semanal semanario, quincenal quincenario, mensual mensuario.

La prensa escrita existe desde la antigüedad, cuando se difundían en hojas de seda o papiros o bien en placas de metal o piedras.

Con la aparición de la imprenta de **Gutenberg**, la prensa escrita se convirtió en el primer medio de comunicación de masas.

Aunque la función de la información sea más destacada, la prensa escrita posee como todo medio de comunicación las funciones de informar, persuadir, promover, formar opinión y educar.

Algunos formatos de difusión de prensa escrita se dan por medio de periódico, revista, boletines y algunos libros.

### **Difusión**

Es el número de ejemplares vendidos en un solo día, se le llama difusión o circulación, y se usa como una forma de definir las escalas de precios para avisos publicitarios.

Hoy en la actualidad los medios de comunicación impresos, en casi todos los casos, lo hacen mediante la venta de ejemplares que circulan diariamente, se distribuyen y venden en los quioscos y lugares autorizados para su venta, incluso en algunos países lo venden en forma ambulante.

### **Estrategias para difundir**

Para la difusión utilizaremos la pirámide invertida la cual consta de cinco preguntas, las cuales son: ¿Qué?, ¿Cómo? ¿Dónde? ¿Cuándo? Y ¿Por qué?, tales preguntas nos ayudaran a difundir los servicios que necesitan los barrios del distrito sur de la ciudad de Loja.

## **Los medios de difusión masiva**

A los medios de comunicación masiva los conocemos como medios acogidos simultáneamente por una gran audiencia, lo que conocemos como una comunicación de masas. Gómez, C. H (2011., p179). Manifiesta en una revista que hablar de los medios de comunicación masiva, de las identidades culturales, de los territorios y de todo esto en un contexto globalizado, sin partir de alguna concepción de Hombre —con mayúscula—, dejaría sin piso cualquier afirmación que se intentara realizar sobre los temas acerca de los cuales debemos hacer planteamientos.

Según los medios de comunicación masiva, al acontecimiento se lo construye, así también lo menciona Verón, E., de Lonné, B. A., &Verbitsky, H. (1983, p3), El acontecimiento en si es una especie de invariable desconocida que los medios de comunicación van a construir en primer lugar a partir del material de los despachos. Puede hacerse una distinción entre lo que se refiere directamente al acontecimiento y lo relativo a sus consecuencias. Pero dentro de esta primera diferenciación se distinguen además dos modos de procesamiento discursivo que pueden calificarse de "discurso técnico" y de "discurso no técnico", lo que permite distribuir el material de los cables en un esquema de doble entrada e identificar los elementos que eventualmente escapen a esta clasificación

## **Difusión de noticias comunitarias**

Actualmente las noticias comunitarias se basan en dar conocer los contenidos más relevantes de las comunidades, es como manifiesta Eliana Rosas, en donde señala:

Estamos cada vez menos ciertos de qué es lo que debe ser dado a conocer y la paleta de nuestros contenidos posibles se ha ampliado de tal forma, que es la misma definición de noticia la que ha comenzado a perder sus contornos. ¿Qué podemos (ya no qué debemos) difundir, entonces? La consecuencia en la información de los medios es el reemplazo de la importancia (que tiene como referente lo comunitario, lo objetivo) por el interés (que tiene como referente lo individual, lo subjetivo). Este reemplazo suele adoptar dos formas, la de la trivialización de lo importante o la trascendentalización de lo irrelevante. (Rozas. E 2009 p, 4).

Es como podríamos decir que para escoger una noticia debemos tomar en cuenta la importancia que tiene como referente comunitario.

## **El lenguaje de los nuevos medios**

Qué son “Nuevos Medios”

Podemos comenzar a contestar esta pregunta, haciendo una lista de categorías que son comúnmente discutidas bajo este tópico, en la prensa popular: internet, sitios web, multimedia, video juegos, cd-roms, dvd y realidad virtual (rv). Esto es todo lo que son los nuevos medios. Es decir, qué hay de los programas de televisión que son grabados en video digital y editados en computadora o qué hay de las películas que usan animación 3D y composición digital Consideramos esto como Nuevos Medios.(Manovich, L. 2005. sp).

La definición popular de los Nuevos Medios los identifica con el uso de una computadora para la distribución y exhibición, más, que con la producción. Por lo tanto, los textos distribuidos por computadora (sitios web y libros electrónicos), son considerados como Nuevos Medios, los textos distribuidos en papel no lo son. Del mismo modo, las fotografías que se ponen en un cd-rom y requieren de una computadora para verlas son consideradas Nuevos medios; las mismas fotografías impresas en un libro no lo son. Podremos aceptar esta definición? Si queremos entender los efectos de la computarización como un todo, creo que es muy limitante. No hay razón para privilegiar a la computadora en el rol de la máquina de exhibición y distribución de medios, por sobre una computadora usada como una herramienta de producción de medios, o como un soporte de almacenamiento de medios. Todo tiene el mismo potencial de cambiar los lenguajes culturales existentes y todo tiene el mismo potencial de dejar la cultura tal como está.

En los nuevos escenarios de la comunicación que surgen de la mano de los procesos de mundialización, los diarios locales se han visto obligados a cambiar de estrategias y asumir la dimensión que ofrece la red como un nuevo ámbito de actuación. Al mismo tiempo, las culturas y lenguas minoritarias han encontrado razones para la esperanza, pero también un



reto constante que exige la puesta al día de sus métodos y canales de difusión.

### **Diarios locales en la red**

Los medios en la red son una nueva forma para dar a conocer las noticias más actuales y lo mejor que son al instante, para Gascón, J. F. (2008., p3), el periodismo, en concreto el periodismo digital, se sitúa transversalmente en la base de la Sociedad de la Información y el Conocimiento, que el autor de esta comunicación denomina Sociedad de la Banda Ancha. La creación de contenidos se ha disparado en los medios de comunicación tradicionales a caballo de la creación de publicaciones digitales y del surgimiento de diarios digitales de nuevo cuño, sin parentesco alguno con publicaciones tradicionales. Además de esta fuente de contenidos, en el resto de vertientes digitalizables la demanda creación de contenidos, de periodistas que puedan alimentar una plétora de medios y soportes surgidos de Internet, se disparará. Un ejemplo son las páginas web de empresas de los sectores más variopintos, que requieren de especialistas en generación de contenidos y que están generando un sensible movimiento en el mercado laboral y la generación de oportunidades en el sector.

La masiva presencia de diarios locales en la red evidencia un cambio de estrategia de las empresas que actúan en los mercados locales. Todo parece indicar que la mundialización aconseja la intervención en los nuevos escenarios de la comunicación. Y, ante estos procesos, nadie parece querer quedarse atrás. En pocos años, los diarios en papel no sólo aprovecharán la red para la elaboración y planificación de sus contenidos, sino que prepararán productos interactivos para aprovechar todas las posibilidades que ofrecen las tecnologías actuales. Ese es el reto que también asumen con convicción las iniciativas locales de comunicación de los países con lenguas minimizadas y con cultura propia.

Así pues, son muy pocos los que asumen el riesgo de no experimentar con la producción de contenidos para la red. El objetivo reside en ofrecer productos creíbles a una audiencia que las empresas tratan de incrementar mediante un proyecto económico que busca su rentabilidad. Los medios de comunicación, además de mantener su carácter específico con la producción de contenidos de

calidad, intentan ampliar los campos de actuación para intervenir en el cada vez más complejo mercado del hipersector de la comunicación. Y, en algunos casos, ensayan con productos por los que el usuario tiene que pagar.

Esta es la respuesta de los medios tradicionales a los nuevos actores que han entrado en un escenario, de la comunicación, que cada vez mueve más dinero. Los diarios estuvieron desde el primer momento en la red con el convencimiento de que tenían un papel importante en la era de las autopistas de la información (José Fernández Beaumont, 1996). En esta nueva etapa entraron con decisión, pero sin un estudio previo del nuevo camino que debían emprender; sabían, eso sí, que previsiblemente serían necesarias profundas transformaciones en su concepción tradicional y en su oficio para la edición en papel, así como cambios radicales para la edición electrónica.

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **e.1. métodos técnicas e instrumentos de la investigación**

Al trabajo de investigación, se lo viene organizando y realizando desde el proyecto, se combinó el método cualitativo y cuantitativo, además la misma fue una investigación no experimental por lo que su diseño respondió a las lógicas que al respecto sugieren Hernández Sampieri, et al. (2010) en su obra “**Metodología de la Investigación científica**” donde se hace énfasis de que:

“una investigación puede incluir elementos de los diferentes tipos de estudio, algunas veces una investigación puede caracterizarse como exploratoria, descriptiva, correlacionar o explicativa, pero no situarse únicamente como tal. Esto es, aunque un estudio sea esencialmente exploratorio contendrá elementos descriptivos, o bien un estudio correlacionar incluirá elementos descriptivos, y lo mismo ocurre con cada una de las clases de estudios” (p. 76)

### **e.2. métodos.**

#### **Método Científico**

Al método científico se lo utilizó en el proceso mediante el cual se obtuvo el conocimiento científico y se basó en la observación y la experimentación, el cual fue utilizado en los diferentes momentos del desarrollo de la investigación, pero se lo utilizó en los procesos investigativos, sobre todo a la hora de extraer la información, procesarla, analizarla y establecer conclusiones.

Entre otros aspectos este método permitió:

El Análisis.- mediante este proceso se describió la realidad con crítica, reflexión, comprensión y síntesis.

Profundidad.- fue requerido para los procesos de comprensión de la extensión, complejidad, globalidad sistemática y holística porque va más allá de averiguar los hechos, buscando las causas, efectos independientemente del valor y criterio del investigador.

**Método deductivo.-** permitió sacar conclusiones de un caso particular, a través de un modelo teórico de abstraer los fenómenos importantes de relaciones para poder llegar al razonamiento y hacer una síntesis.

**Método Inductivo.-** permitió analizar casos particulares, a partir de los cuales se extraen conclusiones de carácter general. Ayudaron al descubrimiento de generalizaciones para llegar a las conclusiones.

**Método Descriptivo.-** este ayudó a describir al fenómeno tal cual aparece; según la temporalidad, en nuestro caso de tipo transversal, se utilizará datos cuantitativos que contribuyeron a la descripción del fenómeno.

### **Bibliográfico:**

Ayudó en la elaboración de la revisión de literatura, la recopilación de materiales informativos tales como libros, enciclopedias, diccionarios, consulta e internet, así como en la interpretar los datos desde un rigor científico.

### **Población y Muestra**

La población se distribuyó en 49 barrios, que corresponde a las parroquias Sagrario y San Sebastián, y que según el censo del 2010 la

población del distrito sur de la campiña lojana la compone cerca de 72,3442<sup>2</sup> mil habitantes.

Dados estas características de la investigación no se trabajó con muestra estadística alguna, sino con informantes de calidad mismos que se constituyen por los presidentes y vicepresidentes integrantes de las directivas o por quienes hagan sus veces.

### **e.3. Técnicas e instrumentos de la investigación.**

En la presente investigación, se utilizó el método de nuestra investigación es una combinación de los métodos cualitativos y cuantitativos, al cual no lo ajustamos a un diseño de investigación no experimental, por el cual obtendremos la información mediante una entrevista realizada a informantes de calidad.

**La entrevista:** Con la entrevista realizada a los presidentes y vicepresidentes de los barrios del distrito sur de la ciudad de Loja se logró obtener datos para conocer e identificar los servicios básicos que hacen falta para obtener información de todos los elementos involucrados en la temática.

### **e.4. Actividades realizadas en la producción y socialización de la propuesta alternativa**

Para diseñar la propuesta, primero se investigó los antecedentes que se tenían en otros lugares, con la difusión de las necesidades básicas de otros barrios.

Se sintetizó los principales resultados de la investigación y esos ayudaron a justificar la propuesta y definir las características de la misma. La planificación de la propuesta consta en anexos. De la investigación se

---

<sup>2</sup> Dato proporcionado por el Concejo Nacional electoral de la Ciudad de Loja

determinó que los barrios del sur de la campiña lojana se interesaron por un periódico cuyas características los representen y que esté acorde a ellos, por esto fue necesario estudiar algunos modelos de periódicos.

Posteriormente se diseñó el periódico, luego una vez realizado el boceto se ejecutó el trabajo de campo, el cual fue recolectar información para la redacción de las noticias que irían en el periódico, para lo cual fue promoverse de materiales como: cámara fotográfica, grabadora de audio y computadora.

Consecutivamente vino la edición y diagramación del periódico conjuntamente con su publicación, una vez que se publicó el mismo (La Comunidad Informa), vino la socialización planificada con el jefe del Departamento Promocional Popular del Ilustre Municipio de la Ciudad de Loja y el coordinador de los barrios, quien a pesar de haber sido convocado no pudo estar presente en la misma. En esta socialización hubo la necesidad de llevar un proyector (infocus), cámara fotográfica y acompañamiento de compañeros del octavo año paralelo "A", de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social como se había planificado con el director de tesis.

Finalmente se expuso el trabajo en la primera feria de los trabajos de investigación para la titulación de las carreras del Área de la Educación el arte y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja, para dar a conocer las actividades realizadas por los estudiantes en el presente ciclo académico.

## f. RESULTADOS

### Hipótesis

Si se aplican adecuadas estrategias, se difundirán las necesidades de los servicios básicos de los barrios del sur de la campiña lojana.

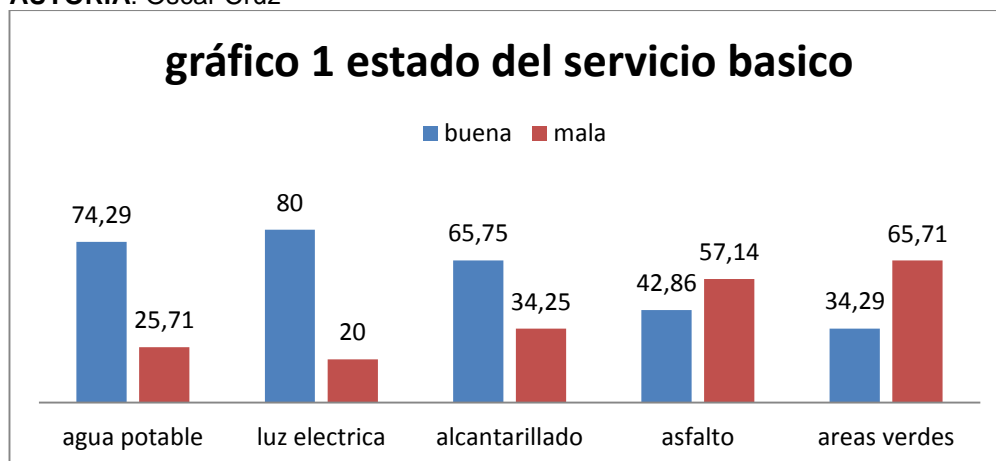
### 1. resultados de la encuesta

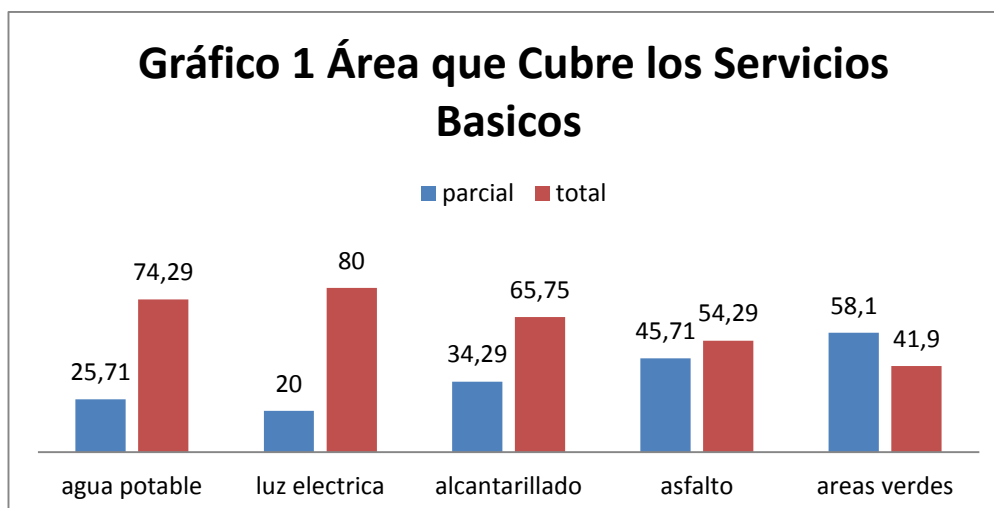
1. ¿Qué tipo de servicio básico tiene su barrio?

	Estado				Área que cubre			
	Buena		Mala		Parcial		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Agua potable	78	74,29	27	25,71	27	25,71	78	74,29
Luz eléctrica	84	80	21	20	21	20	84	80
Alcantarillado	69	65,75	36	34,25	36	34,29	69	65,75
Asfalto	45	42,86	60	57,14	48	45,71	57	54,29
Áreas verdes	36	34,29	61	65,71	61	58,1	44	41,9

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los presidentes de los barrios del distrito sur del distrito sur de la ciudad de Loja.

**AUTORÍA:** Oscar Cruz





Los servicios básicos en un barrio son fundamentales para una calidad de vida, para todos sus habitantes, a los servicios, en un centro poblado, barrio o ciudad son los que conocemos como obras de infraestructuras necesarias para una vida saludable.

Entre estos servicios los fundamentales son:

- El sistema de abastecimiento de agua potable
- El sistema de alcantarillado de aguas servidas
- El sistema de desagüe de aguas pluviales, también conocido como sistema de drenaje de aguas pluviales
- El sistema de vías
- El sistema de alumbrado público
- La red de distribución de energía eléctrica
- El servicio de recolección de residuos sólidos
- El servicio de Gas
- El servicio de la seguridad pública
- Puestos de asistencia médica
- Establecimientos educativos entre otros.

Hay que destacar que el agua potable en un 74% es buena y en 74% cubre los barrios del distrito sur, por lo que se podría decir que la mayoría de las familias que viven en el sur de la ciudad de Loja cuenta con este servicio.



Se puede evidenciar en la encuesta aplicada, que un 80 % de los barrios cuenta con el servicio de luz eléctrico al igual cubre una totalidad del 80%, lo que queda como conclusión que la mayoría de los barrios disfrutan de este servicio básico.

Otro de los servicios básicos fundamentales en los barrios es el alcantarillado la encuesta demuestra que un 65 % de los sectores pose este servicio de buena calidad de igual manera un 65% del alcantarillado se encuentra en su totalidad.

Respecto el asfalto los encuestados supieron manifestar que el 57% del asfalto no se encuentra en buen estado y con una totalidad que cubre del 54%.

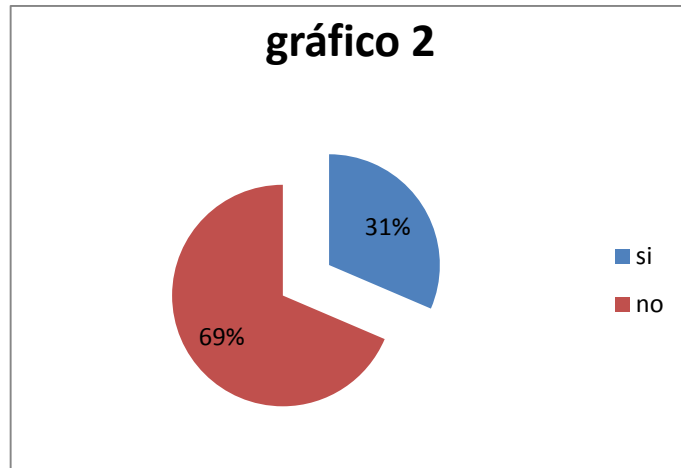
El estado actual de las áreas verdes, como lo demuestra la encuesta, un 66% de ellos dicen que no se encuentra en buena calidad en la mayoría de los barrios del distrito sur, de igual manera se observa en un 68% que no existen espacios de áreas verdes para la sana diversión.

2. Las necesidades de sus barrios son difundidas por los medios impresos locales.

ÍTEM	f	%
Si	33	31,43
No	72	68,57
Total	105	100

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los presidentes de los barrios del distrito sur del distrito sur de la ciudad de Loja.

**AUTORÍA:** Oscar Cruz.



### **Análisis e interpretación**

Las necesidades de los barrios de cualquier ciudad, tienen que ser conocidas por las autoridades para que les puedan brindar una ayuda inmediata, esto se lo puede realizar mediante la difusión en los medios de comunicación.

Los medios de comunicación tienen que brindar la ayuda a los barrios para que difundan los problemas que los acogen, para que de alguna manera se les pueda brindar una solución rápida.

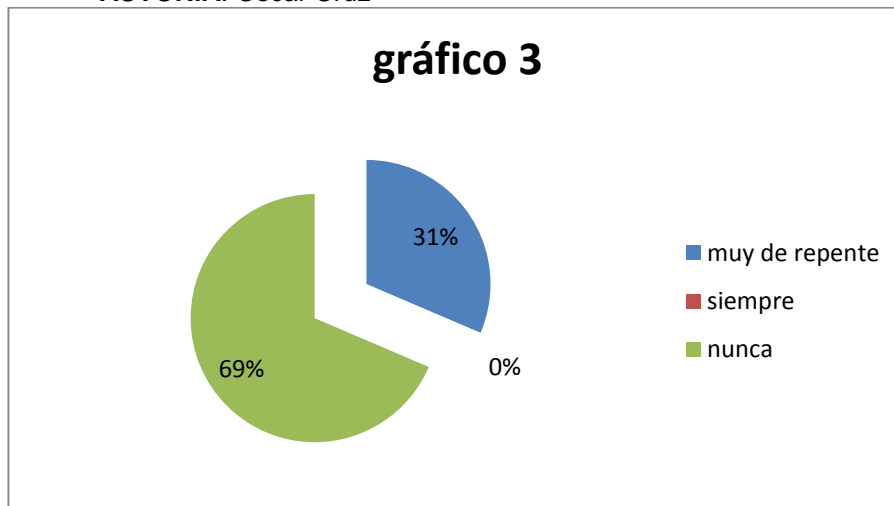
Esto lo podemos sustentar con la encuesta aplicada a los presidentes de los barrios dl distrito sur de la Ciudad de Loja, en la cual se puede observar que el 69% de los presidentes manifiesta que los medios impresos locales no difunden las necesidades básicas que les hacen falta, mientras en el 31% de los encuestados mencionan que si han difundido las necesidades de sus barrios.

3. En caso de que la repuesta anterior fue sí, favor conteste: ¿Con que frecuencia se da la difusión?

ítem	f	%
Muy de repente	33	31,43
Siempre	0	0
Nunca	72	68,57
Total	105	100

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los presidentes de los barrios del distrito sur del distrito sur de la ciudad de Loja.

**AUTORÍA:** Oscar Cruz



### **Análisis e interpretación**

Las necesidades básicas de los barrios, tienen que ser difundidas siempre por los medios de comunicación, ya sea el periódico, la radio o la televisión, para que no solo la ciudadanía conozca qué es lo que pasa en el barrio, sino más bien para que las autoridades tomen cartas al asunto y brinden una solución.

Es de trascendental importancia que los medios de comunicación ayuden a difundir las necesidades básicas de los barrios porque son problemas latentes a los cuales se les debe dar solución.

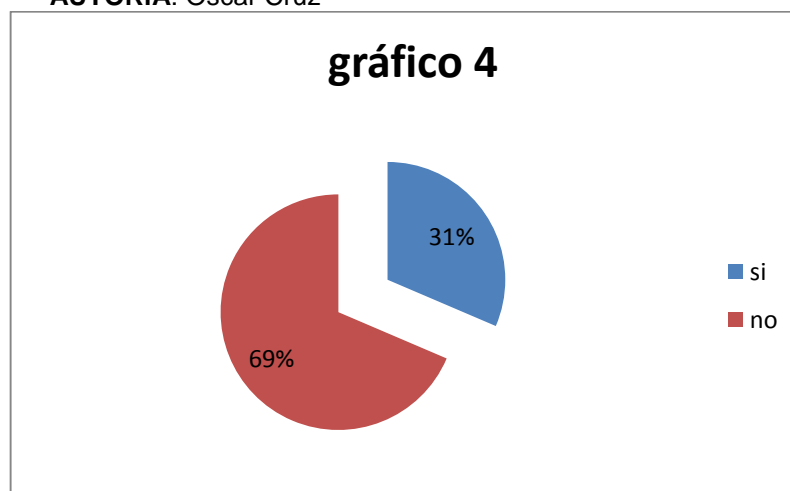
Por lo tanto podemos observar en los datos del gráfico tres, que el 31% de los encuestados menciona que es muy de repente ver periodistas difundiendo las necesidades de los barrios, mientras que el 69% no respondió la pregunta anterior, lo que demuestra que los medios impresos locales no difunden la información de los barrios.

4. Han llegado a su barrio periodistas con el propósito de reportar las necesidades de los servicios básicos en los medios impresos locales.

ítem	f	%
Si	33	31,43
No	72	68,57
Total	105	100

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los presidentes de los barrios del distrito sur del distrito sur de la ciudad de Loja.

**AUTORÍA:** Oscar Cruz



### **Análisis e interpretación**

Es algo significativo, que los periodistas lleguen a los barrios que tienen problemas, para que difundan las necesidades que les hagan falta, pero aun así se puede observar que todas las necesidades de los sectores no son difundidas por los medios.

Mediante los periodistas es una forma en la que las autoridades conozcan el problema que acoge el barrio, para brindar la ayuda necesaria a determinado sector que lo necesite.

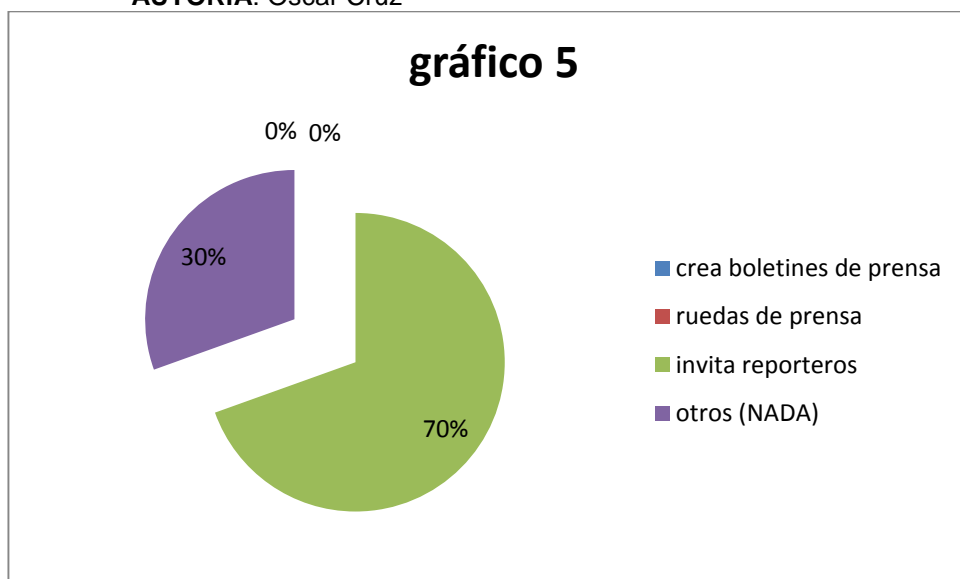
En el grafico cuatro se puede observar claramente que los periodistas no llegan al barrio a difundir las necesidades del barrio, representando esto el 69%, mientras que un 31% manifiestan que llegan a difundir las necesidades que necesitan.

5. ¿Qué actividades utiliza la directiva para hacer conocer sus servicios básicos a las respectivas autoridades? Favor marque con una X.

Ítem	f	%
Crea boletines de prensa	0	0
Ruedas de prensa	0	0
Invita reporteros	73	69,52
Otros (NADA)	32	30,48
Total	105	100

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los presidentes de los barrios del distrito sur del distrito sur de la ciudad de Loja.

**AUTORÍA:** Oscar Cruz



## Análisis e interpretación

Existen muchas opciones en las que el ciudadano puede dar a conocer los inconvenientes de su barrio mediante los medios de comunicación, entre estas tenemos:

- Pueden crear ruedas de prensas
- Llamar a los medios
- Boletines de prensa
- Comunicados a los medios de comunicación
- Invitar a reporteros, entre otros.

Cabe destacar que los presidentes barriales pueden encargarse de organizar estos eventos para que los medios lo conozcan y los difundan.

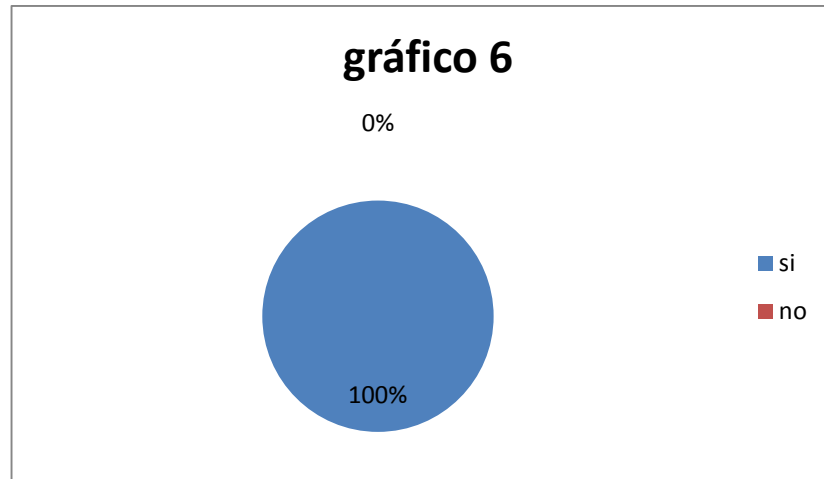
En el gráfico cinco demuestra que el 30% de los presidentes barriales no se preocupan, para que los medios de comunicación difundan los problemas que afectan al barrio, mientras que el 70% demuestra que invita a reporteros para que conozcan del inconveniente del barrio.

6. Cree usted que es importante que los barrios difundan las necesidades de los servicios básicos en los medios impresos locales.

ítem	frecuencia	porcentaje
si	105	100
no	0	0
total	105	100

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los presidentes de los barrios del distrito sur del distrito sur de la ciudad de Loja.

**AUTORÍA:** Oscar Cruz



### **Análisis e interpretación**

Es importante que los barrios puedan difundir las necesidades de los servicios básicos en los medios de comunicación, ya que la comunicación es la mejor forma que tenemos los seres humanos para dar a conocer alguna necesidad que nos hace falta.

Una verdadera comunicación es aquella que nos lleva a mejorar nuestra condición humana. El tema debe ser lo suficientemente amplio para poder explorarlo desde diversos puntos de vista, pero también específico en cuanto a los alcances del tiempo que puede durar la comunicación.

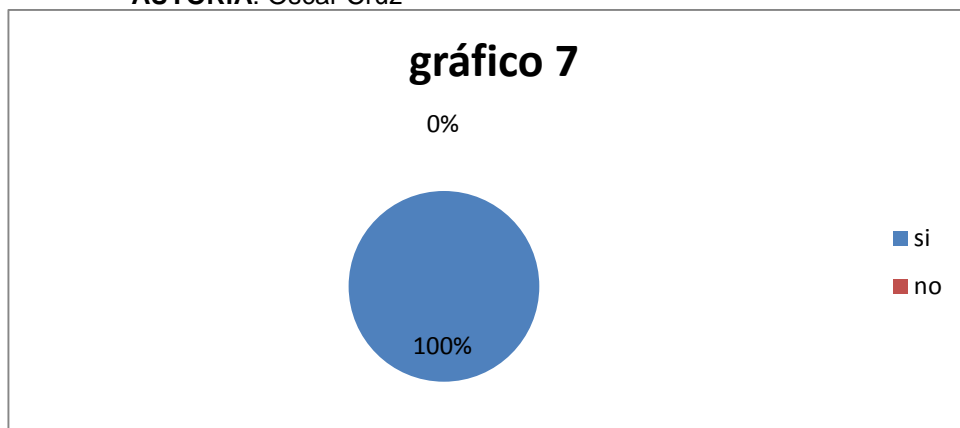
De tal manera se observa que el 100% de los encuestados expresa que es importante la difusión de los barrios, sobre las necesidades de los servicios básicos en los medios impresos locales.

7. Usted cree que para fortalecer la intercomunicación de los barrios conviene organizar club de periodismo, asociaciones, comisiones de prensa, otros.

Ítem	f	t
Si	105	100
No	0	0
Total	105	100

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los presidentes de los barrios del distrito sur del distrito sur de la ciudad de Loja.

**AUTORÍA:** Oscar Cruz



### **Análisis e interpretación**

La comunicación es la mejor manera de enterarse de las cosas que pasan en nuestro entorno, el fin común de la comunicación debería ser el lograr un entendimiento entre las partes involucradas. Y para lograr un entendimiento es necesario que los individuos ajusten sus percepciones, actitudes y conductas.

En tiempos atrás en que la comunicación era solo posible cuando dos personas se encontraban en el mismo espacio físico. Sin embargo a lo largo de la historia se han logrado grandes avances que permitan que hoy en día existan formas diferentes para comunicarse.

De esta manera en el último cuadro se puede observar que todos los presidentes, o sea el 100% de los barrios del distrito sur estarían de acuerdo con crear una organización en donde puedan difundir sus necesidades de los servicios básicos.



## 2. resultados de la propuesta

1. **Resultados del periódico:** (La Comunidad informa), de los barrios del sur de la campiña lojana. A continuación describimos las características del modelo del periódico con el que las comunidades investigadas se identifican, cuyo ejemplar consta en anexos.

1.1. Estructura y formato.

- **Nombre del periódico:** La Comunidad Informa.
- **Reportero:** Oscar Cruz
- **Fotógrafo:** Oscar Cruz
- **Periodicidad:** mensual.
- **Formato:** Tabloide.
- **Número de páginas:** 8.
- **Artículo de opinión:** Oscar Cruz.
- **Editorial:** El medio (La Comunidad Informa).

## 2. Socialización del periódico

Para la constancia de la socialización de la propuesta se firmó un acta con el Ing. Daniel Carrión Jefe del Departamento Promoción Popular del Ilustre Municipio de Loja y el autor de la tesis Oscar Cruz donde quedo clara la importancia del periódico, para que los presidentes barriales den a conocer sus necesidades que les hacen falta y criterios para enriquecer el periódico en futuras generaciones, cuyo ejemplar consta en(anexos)

Las fotos son evidencias que quedan como constancia de la socialización respecto a las experiencias adquiridas (anexos).

## **g. DISCUSIÓN**

En el Distrito Sur de la Ciudad de Loja existen barrios en los que los periodistas no difunden las necesidades de los servicios básicos, esto se lo puede evidenciar en el cuadro 1, donde se observa que los servicios básicos como: agua potable, luz eléctrica, alcantarillado, asfalto, áreas verdes, no se encuentra en un buen estado y no cubren la totalidad de los barrios del distrito sur.

Un elemento que contribuye a que los servicios básicos no se encuentren en un buen estado y no cubran la totalidad de los sectores, se debe entre otros aspectos que las necesidades de los barrios no son difundidas por los medios impresos locales. Es así como se evidencia que el 68,57% de los informantes de calidad de los barrios señalan que no se difunden las necesidades básicas de sus barrios.

Así mismo en el cuadro 3 se encuentran el 31,43% de los informantes de los barrios que manifiesta que muy de repente llegan por su sector los periodistas a auscultar sus necesidades para difundirlas en los medios impresos locales.

La totalidad y el buen estado de los servicios básicos de los barrios del distrito sur se debe a que los medios impresos locales difunden muy de repente la información de las necesidades que les hacen falta, es así como lo señala el 31,43% (cuadro 3), de los dirigentes barriales.

Consecuente de lo anteriormente mencionado se expresa que los periodistas no llegan a los barrios a difundir sus necesidades básicas, por ello el 68,57% de los sectores sociales encuestados no difunden sus necesidades barriales.

Aunque una gran cantidad de presidentes barriales dicen que tienen conocimiento sobre la difusión en los medios impresos locales sobre los

servicios básicos, pero esto no se demuestra en la difusión de las necesidades básicas de los distritos, ya que no son arregladas por las autoridades.

Por lo anteriormente mencionado se puede afirmar que se verifica la hipótesis, esto es en los barrios del distrito sur de la campiña lojana existen problemas en la difusión de la información por parte de los medios impresos locales en dichos sectores.

## **h. CONCLUSIONES**

Luego de realizada la investigación se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Los periodistas de los medios de comunicación poco toman en cuenta en difundir las necesidades básicas de los barrios del sur de la campiña lojana, en los medios impresos locales, por ende los problemas que afectan a los mismos no son conocidos por las autoridades.
- Sólo el 31,43% de los informantes de calidad de los sectores investigados afirman que las necesidades barriales son difundidas en los medios impresos de la localidad.
- El 68,57% de los informantes de calidad del distrito sur de la ciudad de Loja, expresan que no llegan periodistas a difundir las necesidades de los servicios básicos de sus barrios.
- El 69,52% de los dirigentes, manifiestan que de alguna manera se ha invitado a periodistas para que difundan las necesidades de servicios básicos que hacen faltan en sus barrios.
- Los informantes de calidad del distrito sur de la ciudad de Loja, señalan que a pesar de la importancia de difundir las necesidades de los servicios básicos en los medios impresos locales. los periodistas de los medios de comunicación no lo hacen.
- Los barrios del distrito sur de la campiña lojana no cuenta con canales de comunicación para exigir las necesidades de los servicios básicos que les hacen falta ya que existen temas importantes que no se han hecho conocer a la sociedad y a las autoridades por parte de los medios impresos.

## **i. RECOMENDACIONES**

Luego de realizada la investigación se ha llegado a las siguientes recomendaciones:

- En vista de que se ha comprobado que la difusión no es la adecuada en los barrios del distrito sur de la Ciudad de Loja, se debe ver la forma de corregir esta problemática por medio de un periódico, charlas y talleres de capacitación a los dirigentes barriales y jóvenes del lugar por parte del municipio. Esto posibilitará que desde conocimientos básicos de comunicación, puedan hacer llegar sus necesidades ante los medios impresos a efecto de que luego de la difusión correspondiente se presione a las autoridades para que se atiendan sus requerimientos.
- Que los dirigentes barriales dediquen un poco más de interés a difundir las necesidades barriales, ya sea mediante boletines de prensa, llamando a los medios de comunicación entre otros, para que de alguna manera les den una solución y puedan mejorar la calidad de vida de quienes habitan en dichos sectores.
- Los periodistas deberían preocuparse por visitar los barrios para que difundan las necesidades barriales y de esta manera las autoridades puedan conocer los problemas que les afectan.
- Que los dirigentes de los barrios acudan directamente a los directores de los medios de comunicación para que hagan conocer las falencias existentes de los sectores en que habitan.
- Que los periódicos publiquen más noticias de los sectores del distrito sur de la ciudad de Loja en días y páginas estratégicas para que llame la atención del público en general.
- Que el Ilustre Municipio de Loja en coordinación con los directivos de la asociación de barrios del sur de la campaña lojana, publiquen mensualmente el periódico cuyas características y modelo están definidas en la propuesta alternativa.

## **PROPUESTA ALTERNATIVA**

**Título:** DIFUSIÓN DE LAS NECESIDADES BÁSICAS Y NOTICIAS TRASCENDENTES ORIGINADAS EN LOS BARRIOS DEL SUR DE LA CAMPIÑA LOJANA, MEDIANTE UN PERIÓDICO.

### **1. PRESENTACIÓN**

La prensa escrita, sin duda se ha convertido en la masificación dentro de los medios de comunicación, la cual ha participado de grandes cambios para el ejercicio del periodismo.

El lenguaje que se utiliza en un periódico es fundamental aunque existen muchas maneras de contar un hecho, pero la redacción de una noticia requiere una estructura específica que se caracteriza por ir desde lo más importante hasta lo que tiene menos relevancia. A esta forma de entregar la información se le conoce como “pirámide invertida”. La cual consta de seis preguntas que se debe responder ¿Qué? ¿Cómo? ¿Dónde? ¿Cuándo? ¿Quién? y ¿Por qué?.

Es importante saber que actualmente los medios de comunicación que están vinculados a los medios de comunicación o a los barrios de la ciudad, tienen más apoyo por parte del Estado, con la Ley de Comunicación, se habla de la democratización de los medios y se dice que los medios comunitarios abarcan un 34% de la distribución total de los medios de comunicación social en el país distribuidos en públicos, privados y comunitarios.

En vista que en la ciudad de Loja no existe la adecuada información de los servicios básicos que necesitan los barrios y no hay preocupación continua por los medios impresos en difundir sus necesidades, se ha visto necesario crear un periódico que será la propuesta alternativa a los problemas encontrados desde de la investigación de tesis, la cual se socializará con el coordinador de los barrios del distrito sur de la Ciudad de Loja.

La propuesta consta de dos particularidades generales, la primera que son las herramientas inseparables del periodismo impreso, el periódico constará con la aplicación de técnicas investigativas propias del periodismo; y, en segundo plano el diario estará dirigido a la ciudadanía del distrito sur de la Ciudad de Loja.

En cuanto a la oferta de medios impresos en la ciudad de Loja, solo cuentan con tres periódicos locales: Crónica, Centinela y La Hora, cuyas versiones son diarias, además que contienen su página online en la cual suben la información constantemente.

De tal manera estos medios impresos no cubren las necesidades de los servicios básicos, para que sean difundidas y puedan ser atendidas por las autoridades a cargo. Si bien la propuesta es crear un periódico con enfoque comunitario, dirigido prioritariamente a la ciudadanía del distrito sur de la Ciudad de Loja, no pretende constituirse en competencia de los periódicos tradicionales de la ciudad, sí no más bien busca que las necesidades básicas de los barrios sean difundidas continuamente, una alternativa distinta que tendrán los ciudadanos.

Con esta propuesta se pretende que el distrito sur tenga la oportunidad de reinventar el sistema de comunicaciones entre los barrios buscando llegar a todos los públicos, logrando así cautivar y recrear nuevas alternativas comunicacionales que ayuden a solucionar los problemas de los servicios básicos del distrito sur de la ciudad de Loja.

## **2. Objetivos**

### **2.1. Objetivo general**

- Diseñar un periódico comunitario suficientemente socializado y validado con los coordinadores barriales, y el jefe del departamento de promoción popular del municipio que posibilite la publicación de las necesidades básicas de los servicios, el cual va dirigido principalmente a la ciudadanía del distrito sur de la ciudad de Loja.

### **2.2. Objetivos específicos**

- Diseñar la propuesta y organización del periódico orientado a mantener informado a los moradores del distrito sur de la Ciudad de Loja.
- Socializar el periódico con los coordinadores barriales para que este incorpore las valoraciones de los propios beneficiarios del mismo.
- Presentar herramientas informativas que faciliten nuevas alternativas comunicacionales que ayuden a solucionar los problemas de los servicios básicos del distrito sur de la Ciudad de Loja.

## **3. Modelo de diseño de un periódico**

**3.1. Nombre del periódico:** La Comunidad Informa.

**3.2. Reportero:** Oscar Cruz

**3.3. Fotógrafo:** Oscar Cruz

**3.4. Periodicidad:** mensual.

**3.5. Formato:** Tabloide.



- 3.6. **Número de páginas:** 8.
- 3.7. **Artículo de opinión:** Oscar Cruz.
- 3.8. **Editorial:** El medio (La Comunidad Informa).

### **Desarrollo**

#### Periódico:

Descripción.- el periódico es un medio de comunicación mediante el cual la ciudadanía en general, puede mantenerse informado de los acontecimientos que suceden dentro del entorno en el que viven y de lo que sucede en el exterior.

Para cualquier organización es de vital importancia contar canales comunicacionales que permitan dar a conocer información oficial acerca del acontecer de la ciudad en la que viven, para una ciudad y en especial de los moradores del distrito sur de la ciudad de Loja, es importante tener un periódico comunitario, el cual tenga espacios que promueva flujos de información de los servicios básicos que le hacen falta.

Los barrios están creciendo cada vez más, lo que exige un mayor compromiso y mejores medios de comunicación para tener una correcta difusión de la información, que se genera dentro de los barrios del sur de la campiña lojana.

Para hacer evidente esta propuesta tuvo que hacerse necesario recurrir a los géneros periodísticos como las posibilidades de entrevistas y redacción, que de diversas maneras permiten contar sus servicios faltantes, objeto de concomimiento por la comunidad. De esta manera cabe recalcar la necesidad de traer como elemento clave a este ejercicio los conocimientos del periodismo.

Un medio de comunicación, como el periódico comunitario, es un espacio de difusión de información, de puesta en común en intereses de la ciudadanía. Sin embargo cabe destacar que con los contenidos entregados y con el rigor periodístico, la creatividad, y en la calidad del producto se puede tener

un impacto directo en la comunidad, pues se podrán dar soluciones a los problemas que existan dentro de su barrio y dar a conocer algunos temas que de otra manera podrían no enterarse un y otros.

#### Secciones:

El periódico consta con información de barrios del sur de la campiña lojana dividido entre secciones, constará con su respectiva portada, además contiene un artículo de opinión, editorial, comunidad, reclamos, y un reportaje, cómo los barrios se limitan hacer sus festividades, aunque en la primera edición no se incluye, se lo puede tomar en consideración, incluso jornadas deportivas que se generen dentro de los sectores.

#### **4. Metodología**

Materiales:

- Computadora.
- Flash Memory
- Cámara
- Grabadora de voz
- Programa InDesign y Photoshop

Procedimiento

Para elaborar la propuesta se la realizará con el coordinador barrial de la ciudad de Loja en el cual se trató cómo ejecutar el periódico que tendrá una periodicidad mensual, y tendrá una distribución gratuita para los presidentes barriales.

Se espera poder conseguir la colaboración del municipio de Loja para que el medio tenga una mejor difusión hacia la ciudadanía.

## 5. Recursos y presupuesto

Recursos humanos:

<b>Talentos humanos</b>	<b>número</b>
Comunicador Social	2, (cada uno ganará el sueldo básico de un periodista \$817,00)
Gerente del medio	1, (Ganará un sueldo \$987,00)
Presidentes barriales	Los necesarios de acuerdo a la entrevista.
Personal de impresión del periódico	El personal con el que cuente el ejecutante de la propuesta

Recursos materiales:

<b>Material</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>
Medios de transporte	De acuerdo al lugar a visitar	\$75,00
Grabadoras de voz	2	\$180,00
Cámaras de fotos	2	\$960,00
Computadoras	2	\$2.400,00
Cuadernos de apuntes	10	\$10,00
Esferográficos	20	\$10,00
Audífonos	2	\$25,00
Impresión del periódico	200	\$450,00
	<b>Total</b>	<b>\$4.110,00</b>

Recursos técnicos:

<b>Recursos</b>	<b>cantidad</b>
Programa de edición de periódico	1
Programa de edición de audio	1
Programa de edición de fotografía	1
Programas básicos para levantar textos	1

## FINANCIAMIENTO:

El trabajo de la publicación del periódico serán financiados mediante los auspicios que se pueda conseguir para integrarlos en el periódico que no puede ser más del 20% de total del ejemplar y la ayuda económica que pueda financiar el Municipio de Loja y los barrios involucrados en la investigación.

### 6. Cronograma.

Mes	2014					
	Mayo		Junio			
	Semana 1	Semana 2	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Presentación de la propuesta	X					
Recolección de la información		X	X			
Diseño diagramación del periódico			X	X		
Impresión del periódico					X	
Socialización de la propuesta						X

### 7. Operatividad de la propuesta

- Diseño del modelo del periódico
- Recolección de la información de los barrios del sur
- Impresión del modelo del periódico
- Socialización del periódico La Comunidad Informa
- Recomendaciones para implementar y oficializar permanentemente el periódico.

- DISTRIBUCIÓN GRATUITA
- Nº 0001
- EJEMPLARES EN CIRCULACIÓN 100
- PRIMERA EDICIÓN

Edición y Redacción:  
Oscar Israel Cruz Ormaza

Fotografía y Reportaje:  
Oscar Israel Cruz Ormaza

• PRIMERA EDICIÓN

oscar.israel.cruz@gmail.com

# LA COMUNIDAD

• DIARIO INDEPENDIENTE •

INFORMA



## Colinas Lojanas necesita del asfalto

El barrio Colinas Lojanas ubicado al suroccidente de la urbe de la ciudad de Loja, necesitan del asfalto de las calles, es uno de los principales anhelos de este sector de Loja y uno de los objetivos es concretarlo en el menor tiempo posible.

Según Luis Enríquez, presidente del barrio ya han realizado peticiones para el asfaltado pero el costo es demasiado alto para los habitantes del sector.

Enriquez espera que algún día se llegue a concretar el proyecto de la carpeta de asfaltado que servirá de gran ayuda para los habitantes y para los buses que circulan por el sector.

El dirigente recalco que el municipio debería preocuparse por el asfaltado de las calles ya que este no es el único barrio que necesita de este servicio.

## Índice y Titulares

PAG. 2 *La Vivienda*

PAG. 3 *El Parque Lineal*

PAG. 4-5-6 *Necesidades de barrios*

PAG. 8 *Entrevista a Marco Quizhpe*



EDITORIAL

“LA VIVIENDA”

El Ministro actual de Desarrollo Urbano y Vivienda ha anunciado, en el Sexto Congreso Internacional de Infraestructura y Vivienda, que se realizarán varios proyectos destinados a disminuir el déficit de viviendas.

Comprende fomentar la construcción de viviendas nuevas, el mejoramiento de casas y el aumento de viviendas de alquiler. Son muchos los ecuatorianos que sufren por la carencia de una vivienda digna, por lo que todos los programas destinados a proporcionársela deben ser bien recibidos. Es importante, eso sí, que respondan a las necesidades y posibilidades de los ciudadanos, que en muchos casos poseen una vivienda precaria en un terreno propio que no quieren perder y que necesitan la oportunidad de mejorar o construir en el lugar que ya habitan.

Por otro lado, aunque resulta más barato elegir un modelo de vivienda que se replica en distintos lugares, es necesario tener en cuenta el clima y las condiciones ambientales.

En todo caso, son importantes todas las iniciativas gubernamentales y privadas para disminuir o solucionar este problema del déficit de las viviendas en los ciudadanos.

El funcionamiento de la ciudad está directamente vinculado a los niveles de los servicios urbanos. Es más, aunque las investigaciones no permitan detectar con precisión la relación entre desarrollo económico por un lado, e infraestructura y servicios urbanos por el otro, existe una correlación cierta entre la existencia de sistemas adecuados de provisión del agua potable, saneamiento, electricidad o transporte y crecimiento de las economías. La ausencia o un funcionamiento ineficiente de estos servicios implican un aumento de los costos de producción para las empresas, con consecuencias directas en sus capacidades productivas, en particular en un contexto de creciente globalización y competitividad. Por otra parte, en términos funcionales, es importante mencionar que cada uno de los servicios ya no tiene una sola función: hoy son polifuncionales. Entonces el agua potable no sirve exclusivamente como elemento líquido, como siempre se le definió para el consumo, sino que tiene múltiples funciones; el transporte no sólo busca trasladar personas o bienes de un lugar a otro, sino también cumple la función de legitimador social. Un alcalde que no haga obras de transporte es muy probable que no tenga legitimidad, por lo que ese tipo de inversiones logran procesos de legitimidad de la autoridad, mucho más rápido que otros.

Los niveles de prestación de los servicios determinan también la calidad de vida de la ciudad. Los servicios responden a unas necesidades básicas de la sociedad, máxime en el caso de la ciudad donde las alternativas a la existencia de un sistema de provisión de servicios para satisfacer estas necesidades son muy pocas o no existen, en particular por lo que son los servicios por redes. El servicio de agua potable o el servicio de saneamiento tienen un impacto directo sobre las condiciones de vida individuales y colectivas, mientras electricidad y transporte presentan un nivel de sustitución más alto. Sin embargo, a pesar de las diferencias entre los distintos servicios, no cabe duda que existe una relación directa entre niveles y calidad de suministro de los servicios y niveles de pobreza y de exclusión.

Junto a la búsqueda del equilibrio financiero, la privatización de los servicios se funda en la necesidad de garantizar eficiencia económica y transparencia en la gestión de las empresas que proporcionan los servicios. El reconocimiento de la importancia de los servicios urbanos como factor de construcción de una efectiva ciudadanía ha justificado la intervención o el control directo del sector público en la producción y gestión de los mismos, con elevados niveles de subsidio. Los servicios urbanos han sido utilizados por los gobiernos como un instrumento estratégico para la construcción física de la ciudad, pero también para su construcción social, asignándole objetivos diferentes: la modernización del espacio, la integración social de los habitantes de bajo recursos, la búsqueda del consenso político, e incluso el apoyo a sectores económicos o áreas específicas con fines de desarrollo.

ARTÍCULO DE OPINIÓN

“Los servicios básicos de hoy en día”



Por: Oscar Cruz

Hoy en día, cuando las ciudades van incrementando su población y se vuelven cada vez más complejas e interconectadas, los servicios se acrecientan. Pero no sólo hay más y nuevos servicios, sino que se articulan entre ellos. O sea, ya no se puede tratar cada servicio en sí mismo, sino que debe existir un manejo integral de ellos, ya que se encuentran estrechamente vinculados. Entonces, en los servicios urbanos se redefinen las funciones. Pareciera ser que con el proceso de

globalización, se va a pasar de la “provisión de servicios de consumo” a la “provisión de servicios para la producción”. En otras palabras, generar competitividad implica este costo, dejar de producir calidad de vida y empezar a producir, más bien, condiciones económicas para traer capital, para que este capital puede obtener ganancias, y por esta vía, supuestamente, mejorar salarios. Daría la impresión entonces, que un primer cambio en términos funcionales es el que pasa del consumo a la producción.

A los servicios básicos dentro de un barrio o ciudad se los conoce como obras de infraestructuras para una vida saludable entre estos tenemos agua potable, luz eléctrica, alcantarillado, vías entre otros.

### SEÑALIZACIÓN EN EL BARRIO OBRAPÍA

El barrio Obrapia es uno de los sectores rurales que se ubica al suroccidente de la ciudad de Loja. Al llegar se notan algunas mejoras en lo que respecta a infraestructura y vialidad. Sin embargo, aún se evidencian necesidades por las que sus moradores demandan la atención de las autoridades.

Una de las aspiraciones es la señalización que se convierte en la más urgente. Los estudiantes son quienes viven a diario los riesgos que conlleva cruzar la vía principal. J M, una joven que estudia en el colegio de la localidad, comenta que los vehículos pasan con velocidad dificultando el paso peatonal.

Otros de los problemas que acoge el sector son los escándalos nocturnos constituyen otro de los problemas que no dejan tranquila a la población. Vicente González explica que los jóvenes del barrio y de otros sectores beben, protagonizan escándalos, a través de peleas y el estallido de botellas. De allí que solicita a la Policía realizar patrullajes por el sector.

Entre los servicios que posee el barrio Obrapia tenemos los siguientes: Posee una iglesia, un área de salud que tiene buena acogida de la comunidad, servicio de internet, ruta de bus urbano, agua potable y alcantarillado.



### RECLAMO POR BATERÍAS SANITARIAS EN LA PRADERA



Canchas del barrio la pradera no cuentan con baterías higiénicas

En La Pradera se hizo el pedido pero no hay respuesta. En otros sectores el servicio es a medias.

En Loja son algunos los barrios que carecen de baterías higiénicas lo que representa inconvenientes para que se impulse el turismo o las actividades recreativas en esos sectores.

Hasta el barrio La Pradera acuden, los fines de semana, grupos deportivos a hacer uso de las cuatro canchas que existen, y en otras ocasiones se organizan bingos o comidas típicas pero las personas no tienen donde hacer sus necesidades.

Luis Samaniego, expresidente barrial, comentó que en su dirigencia solicitó al Municipio de Loja la dotación de servicios higiénicos pero hasta la fecha no hay respuestas.

### YAGUARCUNA LLENA DE INSEGURIDAD

En el barrio Yahuarcona existe el miedo entre los moradores del barrio tras la creciente ola delictiva que afecta desde hace meses al sector.

Una moradora, que optó por mantener su nombre en reserva, señala que varice individuos, presumiblemente drogadictos, llegan hasta su despensa constantemente a pedirle dinero y comida.

Para Cristian Cisneros, residente del barrio, la situación mejoraría si los efectivos policiales aumentaran la frecuencia de sus recorridos. "Este barrio sobre todo es peligroso en la noche, y necesitamos seguridad urgente", acotó.

Además, manifiesta que durante las madrugadas es común observar a individuos en estado etílico o bajo los efectos de alucinógenos que no dejan escapar la ocasión para amenazar al transeúnte que transite a esas horas por la calle.



### COLINAS LOJANAS NECESITADA DE ASFALTO



El barrio Colinas Lojanas ubicado al suroccidente de la urbe de la ciudad de Loja, necesitan del asfalto de las calles, es uno de los principales anhelos de este sector de Loja y uno de los objetivos es concretarlo en el menor tiempo posible. Según Luis Enríquez, presidente del barrio ya han realizado peticiones para el asfaltado pero el costo es demasiado alto para los habitantes del sector.

Enríquez espera que algún día se llegue a concretar el proyecto de la carpeta de asfaltado que servirá de gran ayuda para los habitantes y para los buses que circulan por el sector.

El dirigente resalta que el municipio debería preocuparse por el asfaltado de las calles ya que este no es el único barrio que necesita de este servicio.



## ALARMAS COMUNITARIAS

La tecnología aplicada es GSM, los usuarios desde su teléfono celular puede accionar el dispositivo de alarma, sin la necesidad de tener pulsadores o el llamado botón de pánico en sus domicilios. Al activar el dispositivo se enlaza directamente con las Unidades de Policía Comunitaria que tengan como responsabilidad cualquiera de los barrios beneficiados, enviándoles un mensaje de alerta sobre la activación de la alarma comunitaria.

El sistema de alarmas comunitarias se instalarán en nueve barrios: ciudadela El Maestro I, Shushuwayco, ciudadela El Chofer- La Banda, San Rafael, San Vicente, El Electricista, Las Peñas, UNE y Ciudad Victoria.



## En Ciudad Victoria necesitan asfalto



El asfaltado de las calles del barrio Ciudad Victoria es uno de los principales anhelos de este sector de Loja y el objetivo es concretarlo en el menor tiempo posible.

De acuerdo con Eduardo Patrio Armijos, presidente del barrio, en abril de este año ya se hizo una socialización, pero se expuso que el costo era demasiado alto para los moradores.

En un primer momento se presupuestó para esta obra la cantidad de un millón cien mil dólares, pero en la actualidad la cifra debe ser más alta, señaló. Armijos indicó que ya hubo una primera respuesta para lograr este objetivo del asfaltado, por lo cual el pasado 25 de abril el Ministerio de Transporte y Obras Públicas (MTOPE), a través de la subsecretaría regional 7, les informó que podía financiar esta obra con un monto de

541 mil 879,24 dólares.

De la misma forma la Celec (Corporación Eléctrica del Ecuador) les habría ofrecido un aporte de 278 mil 576 dólares, para la carpeta asfáltica.

Con esto, dijo Armijos, al menos ya consiguieron los ofrecimientos, pero al dirigirse al Municipio de Loja se encontraron con que el barrio Ciudad Victoria "no contaba con la licencia ambiental para algunos proyectos, como el alcantarillado, el tratamiento de aguas lluvias y servidas".

Armijos asevera que ahora únicamente esperan los pronunciamientos del MTOPE y la Celec, respecto a los ofrecimientos hechos y poder contar con esos recursos.

"El Municipio tiene mucha responsabilidad en no haber entregado un proyecto completo. Los ciudadanos hemos tenido que corregir estos errores", recalcó el dirigente.



### PAVIMENTACIÓN EN LA DANIEL ÁLVAREZ

Se pavimentaron las calles del barrio Daniel Álvarez, culminaron los trabajos de colocación de carpeta asfáltica de dos pulgadas en el barrio Daniel Álvarez Bajo, situado en la parte sur de la ciudad. Desde hace varios días, maquinaria y personal municipal realizan estas tareas, con la finalidad de aprovechar el clima veraniego y culminar la obra en el menor tiempo posible.

En este barrio se ubicaron 12 mil metros cuadrados de pavimento flexible, que permitirá mejorar la calidad de vida de sus habitantes e integrar a este sector a los barrios con todos los servicios, indica Marco Carpio, jefe municipal de Obras Públicas.

Mariana Conde, moradora del lugar, sostiene que el asfaltado de las calles les permitirá caminar sin lodo y sus inmuebles elevarán su plusvalía. "Estoy feliz, vivo más de 15 años en el barrio y era un sueño que lo estoy viendo cumplirse".



### RECLAMO

EN LA CIUDADELA HÉROES DEL CENEP



Cancha del barrio Héroes del Cenepa no existen baterías higiénicas

En el barrio Héroes del Cenepa, especialmente en la canchas de uso múltiple no cuenta con servicios higiénicos públicos. Existe un baño en la casa comunal pero la mayor parte del tiempo pasa cerrado, así lo manifestó la moradora Mónica Aleaga.

Incluso desde que varios moradores asisten al programa de fisioterapia proporcionado por el Proyecto Ecuador Ejercítate, en la cancha de uso múltiple de Héroes del Cenepa manifiestan que es necesario implementar unas baterías higiénicas, para que brinde una ayuda a quienes asisten a dicho lugar a ejercitarse.

Necesidad. En algunos barrios no hay servicios higiénicos pero en otros sectores como El Pedestal existen pero no siempre permanecen abiertos.



### TOME NOTA

El parque lineal es un atractivo turístico visitado no solo por moradores del sector sino también por turistas que llegan hasta el lugar.

También conocido como el parque de la Tebaida, ubicado al sur de la ciudad entre las avenidas 18 de noviembre y Pío Jaramillo Alvarado tiene una extensión aproximada de 8,4 hectáreas, en las que puedes disfrutar de una caminata por los senderos o de sus canchas, juegos infantiles en contacto con la variedad de aves del lugar y las cascadas ornamentales manifiesta Daniel Carrión Jefe del Departamento Promocional Popular del Municipio de Loja

Además cuenta con un Muelle Bar con las características propias de la cultura Zhuar, aquí se puede saborear deliciosos platos típicos lojanos y comida rápida.

Otro componente importante que se destaca es el embalse hidráulico con compuertas hidráulicas y manuales para regular la energía hídrica del río Malacatos y la extracción de materiales áridos del desarenador que son empleados para las obras municipales.

El visitante puede dar un pequeño paseo por la zona en bicicleta o a pie por el sendero ecológico que tiene una extensión de 2 km, mientras lo hace admirará la naturaleza, los árboles y flores silvestres que embellecen el ambiente.

Señala Daniel Carrión que en el parque existe una gran variedad de escenarios naturales, también especies de árboles y arbustos nativos como: arupos, alios, guatos y de especies introducidas como freenos, calistemos, eucaliptos, palmas, entre otros.

En otra zona del parque se ubican las cascadas ornamentales, éstas captan la atención de chicos y grandes quienes se ubican en el sitio para tomarse fotografías y en temporadas carnavales disfrutan de un día divertido e inolvidable.

En el lugar también se encuentran 15 máquinas de ejercitación, para que la ciudadanía haga uso de ellas, se puede realizar ejercicios de brazos, piernas, espalda e incluso pueden ser utilizadas en proceso de rehabilitación, porque cuenta con gimnasio.





**MARCOS QUIZHPE**  
COORDINADOR DE BARRIOS

Entrevista a Marcos Quizhpe, coordinador de los barrios de la ciudad de Loja.

1. ¿Cuál ha sido su contribución como coordinador barrial?

En mi caso personal he contribuido en algo, aunque no ha sido lo suficiente, procura de elevar la conciencia a los dirigentes en primer lugar, sobre todo la base, la que se pueda organizar y pueda ser gestores de sus propias necesidades.

2. ¿Cómo han calificado el mandato del ex alcalde?

En estas alturas hemos podido calificar, que de alguna manera debió cumplir el municipio con lo que manda la ley, para hacer efectiva la participación ciudadana en el hecho que los barrios puedan estructurarse en la comunidad, de debatir sus problemáticas y llevar sus propuestas, y esas propuestas sean escuchadas, lamentablemente no tuvieron eco las propuestas de los barrios, y de esa manera como que se refleja el estado de ánimo de la dirigencia, o de la gente que concurren a una asamblea para dar su punto de vista a fin de que sea escuchada.

3. ¿Cuáles son las propuestas que han presentado al municipio?

Se ha podido hacer muchas propuestas al Municipio de Loja, entre ellas el transporte urbano, equipamiento comunitario, saneamiento, cultura, medio ambiente, propuestas que en cada campo, en su debido momento se pudo entregar al municipio.

4. ¿El municipio ha cumplido con los proyectos presentados?

En cierto parámetros ha cumplido, pero ese cumplimiento ha sido en función del mal entendimiento de la propia autoridad, desde los propios funcionarios, jefes departamentales, que consideraron que el ser dirigente barrial es estar de oficina en oficina agilizando los trámites para realizar lo más pronto el pedido, caso contrario, a esta ahora siguieran los sueños de los barrios pero eso ha sido un mal entendido de los funcionarios y de las propias autoridades que consideran que el dirigente barrial tiene que estar cumpliendo una labor que no es, para eso son los servidores público, los servidores tienen que agilizar los pedidos y sobre todo la disposición que tiene que hacer la autoridad, pero eso, también ha sido un factor para llevar al cansancio de los dirigentes que no se atiende sus pedidos.

5. ¿Qué expectativa tiene del nuevo alcalde?

Esperamos que en primer lugar, las necesidades deben ser recogidas con la gente, actualizadas esas necesidades y proyectarlas con un equipo multidisciplinario, a través de los proyectos y no es lo que la autoridad piensa, sino lo que la comunidad piensa, y esperamos que los pedidos se vayan cumpliendo en los plazos establecidos.

## ACTA DE SOCIALIZACIÓN

### Acta de socialización de la propuesta **“DIFUSIÓN DE LAS NECESIDADES BÁSICAS Y NOTICIAS TRASCENDENTES ORIGINADAS EN LOS BARRIOS DEL SUR DE LA CAMPIÑA LOJANA, MEDIANTE UN PERIÓDICO”**

En la ciudad de Loja a los veinte días del mes de junio del 2014, previa acuerdo entre el Ing. Daniel Carrión Jefe del Departamento Promoción Popular del Ilustre Municipio de Loja, el coordinador de los barrios del sur de la campiña lojana y los estudiantes Karina Saraguro, Romel Conde y Luis Sotomayor y el autor de la tesis Oscar Cruz, nos reunimos en el salón de sesiones de la Jefatura del Departamento Promoción Popular de dicha institución, las personas citadas salvo el señor coordinador de los barrios que no pudo asistir, con el objeto de socializar la propuesta. Esta socialización se realizó en base al siguiente orden del día.

- 1.- Apertura de la sesión y bienvenida del autor.
- 2.- Información básica de los resultados de la investigación realizada en relación el tema.
- 3.- Análisis de la propuesta y criterios para su mejora.
- 4.- recomendaciones generales.

#### Desarrollo

En el primer punto el Sr. Oscar Israel Cruz Ormaza dio la bienvenida

En el segundo punto el autor de la tesis expuso los principales datos ante los participantes, quienes luego de escuchar la exposición se hicieron preguntas: como fue el contacto con los presidentes barriales del distrito sur de la Ciudad de Loja, y otra quien le ayudó con la información de los barrios de dicho sector que investigo.

En tercer punto el autor de la tesis expuso detalladamente el periódico la comunidad informa, el mismo que resulta ser una alternativa para motivar la comunicación y relaciones en los barrios del sur de la campiña lojana y a través de la cual dichos moradores puedan difundir sus necesidades. Luego se expuso en detalle el referido trabajo se abrió el foro en donde participaron los asistentes con sus valiosos criterios. Así el Ing. Daniel Carrión Jefe de Jefatura de Promoción Popular se permitió señalar que de darse el proyecto, las entrevistas no la hagamos con los coordinadores barriales, sino más bien directamente con los presidentes barriales, porque ellos son los que velan por el bienestar de sus barrios.

En el cuarto punto se sintetizó las recomendaciones las mismas que fueron las siguientes:

- Que los presidentes barriales hagan las peticiones que necesitan dentro de su barrio para hacer el estudio correspondiente y poder brindar una solución.
- Que el periódico encamine para que los moradores de los barrios conozcan quien es su presidente porque existen casos que nadie los conoce dentro de su sector.

Siendo las 09h00 horas del día veinte de junio de 2014, se dio por terminada la reunión de socialización y quedó comprometido el Jefe del Departamento de Promoción Popular apoyar la realización de este tipo de proyectos.

Para constancia de lo descrito firman.

Ing. Daniel Carrión

Jefe del Departamento  
Promocional Popular del Ilustre  
Municipio de Loja

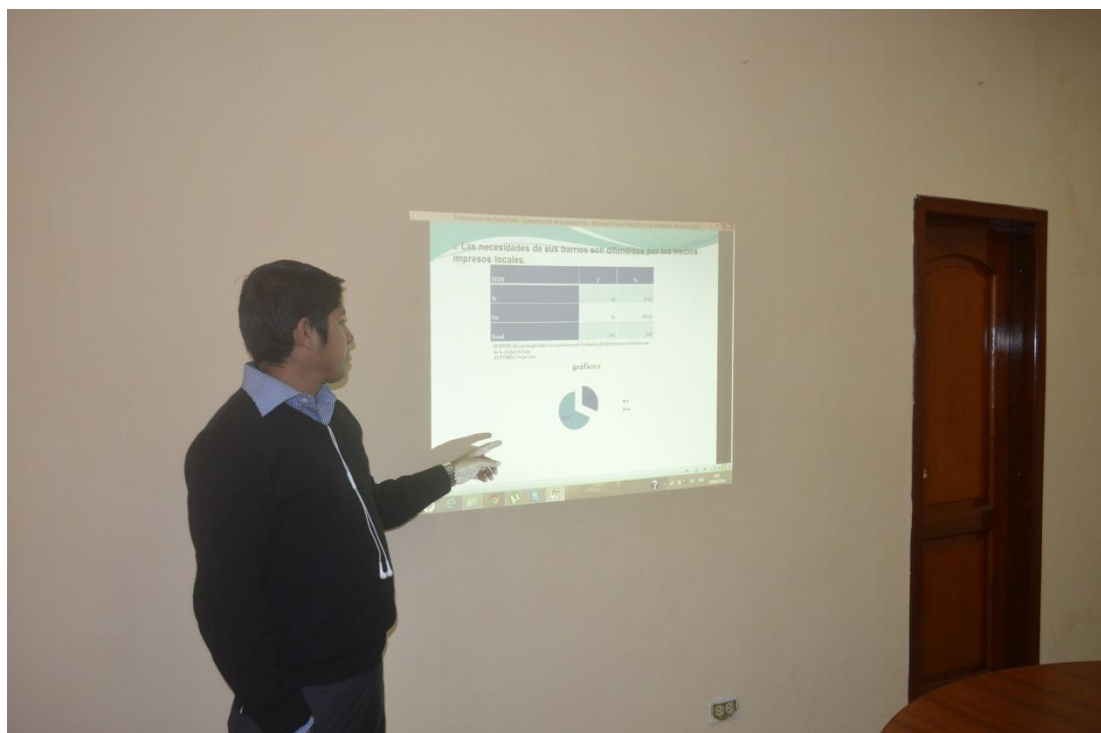
Sr. Oscar Cruz

Postulante de la Carrera de  
Comunicación Social de la  
Universidad Nacional de Loja

## Fotografías de la socialización de la propuesta



Exponiendo resultados de la tesis en la Jefatura Promocional Popular del Municipio de Loja



Exponiendo resultados de la tesis en la Jefatura Promocional Popular del Municipio de Loja



Presentación de la creación del periódico en la Jefatura Promocional Popular del Municipio de Loja



Presentación del periódico al director de la Jefatura Promocional Popular del Municipio de Loja



## **j. BIBLIOGRAFÍA**

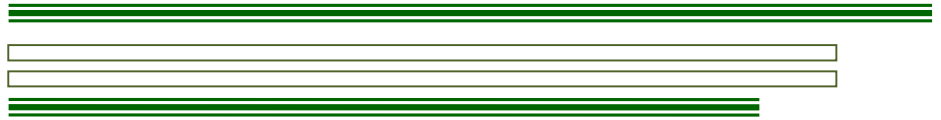
- Ainstein L, Karol J, Lindenboim J, 2012. “Modelos de análisis y gestión de redes y componentes urbanos”. Instituto de Investigaciones económicas. FCE, UBA. Cuaderno del CEPED N°3
- Alsina, M. R. (2011). La construcción de la noticia. España: Paidós.
- Alvarado gordillo, G. R., MuimaShingle, A. D. R. I. A. N. O., &Sanmartin Quezada, E. J. (2013). *calidad de los servicios básicos en los barrios del sur de la ciudad de santa rosa durante el periodo 2005–2010*
- Azócar, G., Sanhueza, R., & Henríquez, C. (2010). Cambio en los patrones de crecimiento en una ciudad intermedia: el caso de Chillán en Chile Central. *EURE (Santiago)*.
- Beltrán, L. R. (2012). Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica. Una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años. *IV Mesa Redonda sobre Comunicación y Desarrollo organizada por el Instituto para América Latina (IPAL)*.
- Benko, G. (2009). Estrategias de comunicación y marketing urbano. *EURE (Santiago)*, 26(79), 67-76.
- Borja, J., &Muxi, Z. (2011). El espacio público: ciudad y ciudadanía.
- Carut, C., & Horacio, B. (2009). Sujeto y Lugar: mejoramiento Barrial en Villa Progreso, Berisso. CD-Rom] En: VII Jornadas de Investigaciones del Departamento de Geografía Centro de Investigaciones Geográficas y el departamento de Geografía, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. UNLP, 8, 1850-0862.
- Ecuador, C. D. (2008). Constitución del Ecuador. Montecristi, Manabí, Ecuador: Registro Oficial.

- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor Ecuador (2011). Quito. Descargada en línea el 14 de marzo/2014, de: <http://www.cetid.abogados.ec/archivos/95.pdf>
- Feres, J. C., & Mancero, X. (2010). *El método de las necesidades básicas insatisfechas (NBI) y sus aplicaciones en América Latina*. Naciones Unidas, CEPAL, División de Estadística y Proyecciones Económicas.
- Gómez, (2011) C. H. Los medios de comunicación masiva. Iberoamericana de Educación, (18).
- García, X. L., & Cruz, X. A. N. (2000). Los medios tradicionales, en los nuevos escenarios de la comunicación. *Ámbitos*, 3, 4.
- Gascón, J. F. (2008). La alianza entre el periodismo digital y tradicional y los operadores de telecomunicación: hacia un rendimiento óptimo de la red. In *II Congreso Nacional Ulepicc-España*.
- Gaulejac. V. Bonetti. M y Fraise. J. (2013), *L Ingénierie Sociale, Syros alternativas*, París consultado el 1 de noviembre / 2013 consultado de <http://www.monografias.com/trabajos32/investigacion-accion-participativa-ciudadania/investigacion-accion-participativa-ejercicio-ciudadania.shtml#ixzz2jPN65Agv>.
- Hernández Aja, A. (2009). Barrios y equipamientos públicos, esencia del proyecto democrático de la ciudad. *Documentación Social*, (119), 79-93.

- Hernández Sampieri, et al. (2010) “**Metodología de la Investigación**”.
  - Janoschka, M. (2011). El nuevo modelo de la ciudad latinoamericana: fragmentación y privatización. *Eure (Santiago)*, 28(85), 11-20.
  - Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios*. Barcelona.
  - Pirez Pedro, Municipio, necesidades sociales y política local, Grupo Editor Latino Americano HED-AL, Buenos Aires.
  - Quiroga, G. (2010). Gobernabilidad y participación ciudadana. *Revista CIDOB d'afersinternacionals*, (47), 169-174.
- GOBERNABILIDAD Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA.**
- Revista Iberoamericana de Educación. Nº 18 (1998)
  - Rodríguez, A., & Winchester, L. (2009). Santiago de Chile: Metropolización, globalización, desigualdad. EURE (Santiago)
  - Rozas, E. (2009). La selección noticiosa, entre la importancia y el interés. Cuadernos de información.
  - Verón, E., de Lonné, B. A.,&Verbitsky, H. (2011). Construir el acontecimiento: Los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de ThreeMile Island. Gedisa.



k. ANEXOS



# **UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA  
COMUNICACIÓN

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
SOCIAL

TEMA:

“LA DIFUSIÓN POR LOS MEDIOS IMPRESOS LOCALES DE  
LAS NECESIDADES DE LOS SERVICIOS BÁSICOS DE LOS  
BARRIOS DEL SUR DE LA CAMPIÑA LOJANA”.

Proyecto de Tesis previo a la  
obtención del grado de Licenciado en  
Ciencias de la Comunicación Social.

Aspirante:

OSCAR ISRAEL CRUZ ORMAZA

1859

LOJA – ECUADOR

2014

**a. TEMA:**

**“La difusión por los medios impresos locales de las necesidades de los servicios básicos de los barrios del sur de la campiña lojana”.**

## **b. PROBLEMÁTICA:**

La verdad de los barrios suburbanos de América Latina se los conoce como una dispersión urbana, podemos decir que los definimos como la propagación de una ciudad y hacia la tierra dentro de un perímetro urbano, dentro de una ciudad.

Como es de conocer en los barrios de las ciudades de América Latina siempre han existido sus necesidades básicas, ya sean agua potable, luz, alcantarillado, teléfono entre otras, pero la historia siempre ha sido la misma, porque nadie se interesa en publicar las necesidades que existen en los mismos.

Los barrios suburbanos se los conoce como zonas suburbiales en el contexto del urbanismo norteamericano, están determinadas por el contexto de la población de la clase social media trabajadora.

La vida en los barrios suburbanos, se la establece como multinúcleos menores dispersos cercanos a la ciudad, pero el modelo de convivencia de una vida social se da más por bien porque cuentan con las necesidades que necesitan los barrios, pueden ser espacios públicos, escuelas, plazas, fiestas entre otras, las cuales pueden llegar dar a una uniformidad a los servicios e instituciones, y a una calidad de vida de habitabilidad superior como son: espacios verdes, paisajes, espacios verdes, paisaje abiertos.

Actualmente los barrios suburbanos de la ciudad de Loja no cuentan con una correcta difusión de sus necesidades básicas en los medios de comunicación locales, es por eso que los medios no se preocupan en difundir sus necesidades básicas, por esa razón los barrios no pueden llegar a difundir sus necesidades para vivir una correcta vida social.

Los barrios del sur de la campiña lojana, no cuentan con un espacio para difundir sus necesidades básicas, estos son: La Argelia, Pradera, Daniel Alvares, Julio Ordoñez, Yahuarcoma, Los Geranios, Tebaida, Unión Lojana, Los Rosales, Esteban Godoy, El Electricista, entre otros, es por eso luego de

un sondeo realizado en los mismos se ha visto la necesidad de implementar el siguiente problema:

**¿Cómo lograr que las necesidades de los servicios básicos que tienen los barrios del sur de la campiña lojana, sean difundidas por los medios impresos locales?**

**Problema derivado 1**

1. ¿Cómo fundamentar la difusión de las necesidades de servicios básicos de los barrios de una ciudad?

**Problema derivado 2**

2. ¿Cómo se dan a conocer los servicios básicos de los barrios de una ciudad?

**Problema derivado 3**

3. ¿Cómo se vienen difundiendo los servicios básicos de los barrios de la campiña lojana en los medios impresos?

**Problema derivado 4**

4. ¿Cuáles son las estrategias para difundir los servicios básicos que necesitan los barrios en los medios impresos?

**Problema derivado 5**

5. ¿Cómo valorar las estrategias de difusión de los servicios básicos de los barrios en los medios impresos?

### **c. JUSTIFICACIÓN**

La difusión actual de las necesidades básicas de los barrios, debe responder a una sociedad caracterizada por ser más abierta y decisiva al momento de difundir las mismas, por encontrarse inmersa en sistemas y redes globales de comunicación, por ende las personas siempre han visto la importancia de difundir las carencias de sus barrios, y por avanzar hacia formas de trabajos más flexibles y estables, para que exista una mejor comunicación de los barrios con los medios impresos. Por todo lo mencionado anteriormente, se ve necesario ayudar a los barrios para que difundan sus necesidades básicas en los medios impresos.

Los actores de la difusión de las necesidades básicas y de los barrios, se les deben reconocer su complejidad como seres humanos y como totalidad, antes de llevar a cabo un cambio, se los debe reconocer como individuos y como colectividad, de esto podemos destacar los ritmos de trabajo, niveles de desarrollo, interés y motivaciones, tipo y calidad de experiencias previas y expectativas de vida de quienes comparten un zona determinada.

Una propuesta formal debe orientarse a formar la identidad y distintivo de un medio de comunicación y de los que habitan en los barrios, a proporcionarse herramientas y actitudes que les permitan difundir siempre sus necesidades básicas y que particularmente los medios impresos difundan las denuncias de los barrios, capas de que se solucionen los problemas de los mismos.

En el caso de la difusión de las necesidades básicas de los barrios, se ha visto que no existe una correcta difusión de la misma por parte de los medios impresos de la localidad, por ende el objeto de esta investigación surge debido a una serie de factores que afligen a la difusión de los barrios, cabe destacar que estas carencias no permiten el desarrollo de los mismos.

Por medio de este trabajo de investigación se busca entender cuáles son los problemas que existen para que no se dé una correcta difusión de las necesidades de los barrios en los medios impresos locales, para poder tener un diagnostico que permita superar estos problemas que existen entre los barrios y los medios y lograr naturalmente mejorar esta relación entre estos dos sectores. Así mismo, se espera que los resultados del presente trabajo investigativo, aporten a tomar los correctivos necesarios y den una visión de la relación entre las variables difusión de las necesidades básicas y barrios del sur de la campiña lojana, lo cual permitirá difundir correctamente las denuncias que existan por parte de los barrios del sur de la campiña lojana y por ende a mejorar las relaciones de los barrios y los medios impresos locales y así poder aportar al desarrollo social y económico de la región.



## **d. OBJETIVOS**

### **d.1. GENERAL**

Diseñar estrategias para difundir y dar a conocer ante las autoridades las necesidades de los servicios básicos de los barrios del sur de la campiña lojana por los medios impresos locales.

### **d.2. ESPECÍFICOS**

- 1. Determinar** cómo fundamentar la difusión de las necesidades de los servicios básicos de los barrios de una ciudad
- 2. Analizar** cómo se dan a conocer las necesidades servicios básicos de los barrios de una ciudad.
- 3. Establecer** cómo se viene difundiendo las necesidades de los servicios básicos de los barrios del sur de la campiña lojana en los medios impresos.
- 4. Conocer** cuáles son las estrategias para difundir las necesidades de los servicios básicos de los barrios en los medios impresos locales.
- 5. Valorar** las estrategias de difusión de las necesidades de los servicios básicos de los barrios en los medios impresos.

## **e. MARCO TEÓRICO**

### **LOS SERVICIOS BÁSICOS DE LOS BARRIOS SUBURBANOS**

#### **5. Los servicios básicos.**

Los servicios básicos son bienes tangibles e intangibles que los ciudadanos tienen derecho y de los que tienen que disponer para el disfrute de una vida digna que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios.

Para Pirez, P (2011,) los servicios básicos es una ponencia en donde se intenta, en una forma general, "armar" una trama que nos permita "mirar" a la ciudad desde el punto de vista de cómo suceden las cosas, en especial, en relación a lo que venimos denominando la gestión urbana.

Al ser el papel fundamental del estado la protección y atención a sus ciudadanos, su organización política y administrativa en todos los niveles jurisdiccionales, guarda estrecha relación entre las demandas de la población y su capacidad económica e infraestructura, a tal punto de favorecer el acceso de todas las personas a los servicios básicos sociales. Alvarado Gordillo, G. R., MuimaShingle, Adrian. O., & Sanmartín Quezada, E. J. (2013, p27)

Entonces podemos decir que los servicios básicos, en un barrio o ciudad son las obras de infraestructura necesarias para una vida digna entre estos tenemos: agua potable, alcantarillado, vías, alumbrado, energía eléctrica, servicio de recolección de basura, entre otros.

Los municipios de cada ciudad son los que están encargados de brindar este servicio, por ejemplo al decir de los funcionarios del municipio de Loja ha manifestado "nuestro propósito es servir a la ciudadanía, en diferentes ámbitos de nuestro accionar".

Además los servicios básicos constituyen los elementos que contribuyen al desarrollo humano, como un conjunto de prácticas encaminadas a ampliar las posibilidades de realización y disfrute social, económico, político y

cultural, acorde a una interrelación de procesos de cambio gradual y dinámico en la calidad de vida de las comunidades, mismas que siempre están procurando el crecimiento con justicia social sin comprometer los recursos para las generaciones futuras.

La Calidad de Vida Urbana está definida, a partir de los niveles de satisfacción que alcanzan las necesidades y demandas de los diferentes grupos de población asociados al territorio, sustentados a partir de la relación entre diferentes actores. La oferta es considerada a partir de las interacciones de los recursos materiales e inmateriales en función de necesidades objetivas, integrando por un lado los Servicios Urbanos y el Equipamiento en sus diferentes niveles de gestión, ya sean público o privado, a escala Nacional, Provincial o Municipal. Y por el otro lado, por el equilibrio entre los aspectos Urbano-Ambientales, ya que influyen directamente sobre el concepto de calidad.

Social y políticamente son los estados con estructuras jurídica y operativas que asumen la responsabilidad de asistir con servicios a sus ciudadanos independientemente de su posición social, credo, etnia y nacionalidad a nivel nacional, la estructura política y administrativa converge al impulso de acciones organizaciones dirigidas de manera individual y colectiva a mejorar las condiciones de los barrios de una ciudad. (Ainstein L. et al, 2012).

Según la UNESCO, para poder tener una excelente calidad de vida existen tres opciones esenciales para cada persona son: “poder tener una vida larga y saludable, poder adquirir conocimientos y poder tener acceso a los recursos necesarios para disfrutar de una vida decorosa”<sup>3</sup>.

### **¿Por qué todos los barrios no tienen las mismas necesidades básicas?**

El desarrollo de las sociedades en la actualidad, producen y reproducen desigualdades en los diversos ámbitos de la vida social, entre fuerza y el capital y entre grupos de individuos, los servicios básicos se observa en distintas regiones geográficas; medio rural y urbano, minorías organizadas y masas sociales fragmentadas, lo que origina intereses y necesidades divergentes, entre los diferentes barrios de una ciudad.

---

<sup>3</sup> UNESCO, informe, 2000

De acuerdo a lo antes mencionado, podríamos hablar con propiedad de los servicios básicos partiendo de esquemas formales y ahistóricos, ya que esto siempre ocurre en el seno de poblaciones sociales, que es preciso caracterizar en cada momento de su vida, pero sin embargo, la política social, hace que existan la desigualdad entre los barrios, por eso es que nacen a partir de algunas tipologías de necesidades básicas, que se pueden decir que son admitidas como supuestos básicos de las necesidades de un barrio.

Los barrios que sufren problemas abordan sus necesidades básicas, cediendo dos formas de protagonismo: el diagnóstico de las mismas, que se apropia de la política de las instituciones y la gestión, que queda en manos de técnicos y funcionarios intermedios, profesionales y voluntarios. Entonces de este modo, los barrios son excluidos de algunos de los sistemas de decisión y gestión de la política social, lo que se corresponde con su posición social marginal ya que suelen estar dispersos, individualizados y poco organizados. Según algunos autores, esta institucionalización de las relaciones sociales entre los agentes de la política social tiene efectos de apropiación, desplazamiento y exclusión. Por ende Gaulejac, V. (2013, p.36) menciona:

Las instituciones buscan apropiarse del público, del territorio y de los síntomas que ellas están llamadas a gestionar. Exclusión de todas aquellas propuestas que no se plantean como subsidiarias de su intervención. Concurrencia con aquellos que buscan intervenir en lo que las instituciones consideran un ámbito de su propiedad; incluso si una institución no aborda correctamente un problema que considera de su competencia, tampoco aceptará que otros traten de solucionarlo. Esta forma de funcionar la política social no busca encontrar soluciones a los problemas planteados sino que aplica un modelo operatorio.

Entonces podríamos decir que las instituciones han buscado apropiarse de los territorios, para poder ser intervenidos en un ámbito de propiedad, y es así como funciona la política social para encontrar las soluciones a los problemas planteados.

## **Vivienda y servicios básicos**

El acceso a la vivienda, junto con otros servicios básicos como son: alcantarillado, agua potable, educación y sanidad, entre otros son pilares fundamentales de una sociedad sostenible y justa.

Esto es un derecho básico del ser humano el acceso a la vivienda, los conflictos sociales económico e incluso político, al igual que otros muchos de los vectores sociales y económicos de la sustentabilidad, una población no es viable y sostenible a largo plazo si los ciudadanos no pueden acceder y disponer de un espacio habitable íntimo y propio en el que desarrollar los elementos más privados de su existencia.

La igualdad de oportunidades para acceder a bienes y servicios básicos empleo, educación, sanidad, vivienda entre otros deben extenderse a todos los colectivos que forman parte de una ciudad y su entorno, incluso aquellos grupos que los requieren temporalmente como son los inmigrantes, nómadas o los turistas.

## **Los servicios básicos como parte del buen vivir**

Los servicios básicos para el buen vivir se describen como un derecho para las personas y que el estado debe encargarse de hacerlos cumplir. El buen vivir es nuestro horizonte, ofrece alternativas para construir una sociedad más justa en la que el centro de atención pública será el ser humano y la vida.

## **Objetivos del buen vivir**

### **Según la Secretaría Nacional del Ecuador**

*Objetivo 1. Auspiciar la igualdad, la cohesión y la integración social y territorial en la diversidad.*

*Objetivo 2. Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.*

*Objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población.*

*Objetivo 4. Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable.*

*Objetivo 5. Garantizar la soberanía y la paz, e impulsar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana.*

*Objetivo 6. Garantizar el trabajo estable, justo y digno, en su diversidad de formas.*

*Objetivo 7. Construir y fortalecer espacios públicos interculturales y de encuentro común.*

*Objetivo 8. Afirmar y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.*

*Objetivo 9. Garantizar la vigencia de los derechos y la justicia.*

*Objetivo 10. Garantizar el acceso a la participación pública y política.*

*Objetivo 11. Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible.*

*Objetivo 12. Construir un Estado Democrático para el Buen Vivir.*

## **Los servicios básicos en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor**

Los servicios básicos se establecen con un servicio básico para los seres humanos, considerando que los ecuatorianos son víctimas permanentes de todo tipo de abusos por parte de empresas públicas y privadas en las que son usuarios y consumidores es por eso que en la Ley Orgánica de Defensa del consumidor se establecen sus derechos.

## **Derechos y Obligaciones de los Consumidores**

Art. 4.- Derechos del consumidor: son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la

República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor;

10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención, sanción y oportuna reparación de los mismos:

11. Derecho a seguir las acciones administrativas y /o judiciales que correspondan; y,

12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

Todos los seres humanos tenemos derechos y obligaciones que se nos deben cumplir, y en especial los servicios básicos que son indispensables para una vida correcta y adecuada.

## **6. Difusión de las necesidades de los servicios básicos**

Los barrios siempre han tenido la necesidad de difundir los servicios básicos de los barrios por parte de la prensa local y nacional, ya que es de gran importancia que estos problemas se solucionen de una manera inmediata por es un derecho de los seres humanos vivir en lugar digno y de satisfacción para su gozo diario de su vida.

Por eso es necesario que la prensa ponga más énfasis en la difusión de sus necesidades o escuchen sus denuncias que tienen que hacer hacia las autoridades, quienes son las que tienen que solucionar estos problemas de servicios básicos que las faltan a algunos barrios.

### **¿Cómo se expanden los barrios en la ciudad?**

Azocar (2010) en su obra dice “que los humanos siempre han buscado establecerse un lugar donde vivir y es por eso que se ven los grandes crecimientos en las metrópolis”.

La ciudad es el hábitat humano por excelencia; la proporción de población urbana en comparación con la población rural y el crecimiento acelerado de las ciudades,



tanto en habitantes como en extensión, son fenómenos globales que así lo demuestran. La región latinoamericana. (Azócar, G., 2010, p. 79-82)

En Latinoamérica es normal ver asentamientos irracionales es por tal razón que todos no cuentan con sus servicios básicos, ya que son asentamientos irregulares y el estado no los puede tomar en cuentas.

### **Calidad de vida de los barrios**

La calidad de vida se podría decir que no solo comprenden los bienes y servicios que tienen acceso las personas o grupos determinados de personas, para que estos puedan satisfacer sus necesidades de carácter natural y social, si no que se puede hacer referencia al grado de libertad con que se ha elegido el estilo de vida personal dentro de una población

Para Rodríguez, A., & Winchester, (2009, p, 2) L, “la ciudad la hacen los ciudadanos (la "sociedad civil"), el Estado y el mercado. Un adecuado equilibrio entre estos agentes permite hacer de la ciudad un espacio políticamente más democrático, socialmente más justo, ambientalmente más sustentable y económicamente más eficiente”.

### **Organización del espacio público como necesidad básica barrial**

Se lo podría definir como el cumplimiento o como el grado de cumplimiento exigible aun criterio de calidad. Dichos en otros términos define en el rango en el que resulta aceptable el nivel de calidad que se alcanza en un determinado proceso o servicio.

Actualmente los estudios urbanos sobre el espacio público son prominentes y abarcan un amplio espectro de enfoques. Esto revela al espacio público como un objeto de estudio muy dinámico y un concepto sobrecargado de ambigüedades. Es así que el espacio público puede significar cosas muy diferentes para distintas personas (vecinos, inversores urbanos, planificadores, gobernantes); y muy frecuentemente, significa varias cosas en una. (Rizzo, P. 2010. P. 2).

Entonces podríamos decir que las sociedades urbanas son prominentes por naturaleza al espacio público, esto nos demuestra que las sociedades

necesitan de un espacio gubernamental aunque para otras personas no sea esto lo mismo.

Las distintas prácticas socioespaciales de las organizaciones nos demostraron que el Estado tiene la oportunidad y la responsabilidad de ser el promotor del espacio público, como espacio político, como espacio de participación y de definición de problemas. Porque es en el espacio público donde es puesto en escena y se hacen visibles los diferentes intereses y conflictos cotidianos.

## **7. ¿Qué son los medios impresos?**

Al diario se lo conoce como un medio de comunicación impreso, de circulación diaria, que contiene diferente tipo de información sobre áreas de interés general, en el diario podemos encontrar información, opinión, análisis, noticias, artículos, editoriales entre otros.

Los medios impresos por lo general son publicaciones diarias, estos también cumplen la función de informar a la sociedad, que consiste en presentar las noticias más destacadas, también proporcionan informaciones y consejos a sus lectores.

Los ingresos económicos de los periódicos se basan, en la interacción que existe con la publicidad.

## **8. Estrategias para la difusión en medios de comunicación**

Se requiere una estrategia para los medios de comunicación que identifique y use adecuadamente los medios apropiados.

Para MOLOTCH y LESTER (1975, pág. 102 y sigs.) señalan que podemos distinguir del conjunto de hechos, que son las noticias, un encadenamiento de hechos (happenings), acontecimientos (occurrences), información (event) y temas (issue). Los hechos sería todo lo que sucede en el mundo. Los acontecimientos son un conjunto de hechos conocidos. Un acontecimiento, es una información si alguien lo utiliza en un momento dado para estructurar su experiencia. Así, por extensión,

califican como evento público aquellos acontecimientos utilizados para estructurar la vida colectiva y a través de los cuales las sociedades organizan y comparten de manera simbólica su pasado, presente y futuro.

Formular una estrategia para los medios de comunicación debería seguir los pasos de la planificación estratégica que se enuncia en planificación de una estrategia de una campaña: realizar un análisis de la situación, definir objetivos claros, planificar la acción y decidir cómo hacer la vigilancia del proceso y los resultados de la estrategia para los medios de comunicación. El análisis debería incluir un catálogo del entorno de los medios de comunicación detallado, para examinar los medios existentes y establecer los canales de comunicación que mayores probabilidades tienen de llegar a los diferentes destinatarios o grupos destinatarios.

Grossi (1981, pág. 75) señala al respecto que la función periodística no consiste tanto en la capacidad de comprender y/o seleccionar el hecho sensacional, sino en la competencia contextualizante del mismo hecho.

Los elementos del entorno de los medios de comunicación incluyen:

Canales de comunicación

Cantidad y calidad de los medios de difusión; tipo de medio de difusión

Ciclos de noticias: 24 horas como CNN, diarios (muchos periódicos), semanales, mensuales (muchas revistas), etc.

Popularidad: número de lectores o espectadores

Tipos de lectores o espectadores (por ejemplo grupo de edad y nivel de educación)

Grado de acceso de los destinatarios

Tendencias ideológicas o de otra índole (por ejemplo medios de comunicación que adoptan una tendencia religiosa determinada o que están a favor o en contra de un partido político determinado)

Medios de comunicación no tradicionales: nuevos medios (como sitios de noticias en línea y blogs), medios alternativos (no tradicionales, gestionados por una ONG, incluidos medios de difusión comunitarios)

### **Orientación practica para establecer que medios deben tener en cuenta**

Circulación y mediciones de audiencia, es decir el número de personas que usan los medios de comunicación

Grupo de lectores o espectadores, es decir los tipos de personas que usan los medios y la trayectoria, es decir qué tipo de reputación tienen ante sus destinatarios.

### **Difusión en los medios impresos**

Como se sabe y es de conocimiento la prensa escrita es un conjunto de publicaciones impresas las cuales se diferencian en función su periodicidad, que puede ser diaria al cual lo llamamos diario, semanal semanario, quincenal quincenario, mensual mensualario.

La prensa escrita existe desde la antigüedad, cuando se difundían en hojas de seda o papiros o bien en placas de metal o piedras.

Con la aparición de la imprenta de **Gutenberg**, la prensa escrita se convirtió en el primer medio de comunicación de masas.

Aunque la función de la información sea más destacada, la prensa escrita posee como todo medio de comunicación las funciones de informar, persuadir, promover, formar opinión y educar.

Algunos formatos de difusión de prensa escrita se dan por medio de periódico, revista, boletines y algunos libros.

## **Difusión**

Es el número de ejemplares vendidos en un solo día, se le llama difusión o circulación, y se usa como una forma de definir las escalas de precios para avisos publicitarios.

Hoy en la actualidad los medios de comunicación impresos, en casi todos los casos, lo hacen mediante la venta de ejemplares que circulan diariamente, se distribuyen y venden en los quioscos y lugares autorizados para su venta, incluso en algunos países lo venden en forma ambulante.

## **Estrategias para difundir**

Para la difusión utilizaremos la pirámide invertida la cual consta de cinco preguntas, las cuales son: ¿Qué?, ¿Cómo? ¿Dónde? ¿Cuándo? Y ¿Por qué?, tales preguntas nos ayudaran a difundir los servicios que necesitan los barrios del distrito sur de la ciudad de Loja.

## **Los medios de difusión masiva**

A los medios de comunicación masiva los conocemos como medios acogidos simultáneamente por una gran audiencia, lo que conocemos como una comunicación de masas. Gómez, C. H (2011., p179). Manifiesta en una revista que hablar de los medios de comunicación masiva, de las identidades culturales, de los territorios y de todo esto en un contexto globalizado, sin partir de alguna concepción de Hombre —con mayúscula—, dejaría sin piso cualquier afirmación que se intentara realizar sobre los temas acerca de los cuales debemos hacer planteamientos.

Según los medios de comunicación masiva, al acontecimiento se lo construye, así también lo menciona Verón, E., de Lonné, B. A., & Verbitsky, H. (2011, p3), El acontecimiento en si es una especie de invariable desconocida que los medios de comunicación van a construir en primer lugar a partir del material de los despachos. Puede hacerse una distinción entre lo que se refiere directamente al acontecimiento (A) y lo relativo a sus consecuencias. Pero dentro de esta primera diferenciación se distinguen

además dos modos de procesamiento discursivo que pueden calificarse de "discurso técnico" y de "discurso no técnico", lo que permite distribuir el material de los cables en un esquema de doble entrada e identificar los elementos que eventualmente escapen a esta clasificación

### **Difusión de noticias comunitarias**

Actualmente las noticias comunitarias se basan en dar conocer los contenidos más relevantes de las comunidades, es como manifiesta Eliana Rosas, en donde señala:

Estamos cada vez menos ciertos de qué es lo que debe ser dado a conocer y la paleta de nuestros contenidos posibles se ha ampliado de tal forma, que es la misma definición de noticia la que ha comenzado a perder sus contornos. ¿Qué podemos (ya no qué debemos) difundir, entonces? La consecuencia en la información de los medios es el reemplazo de la importancia (que tiene como referente lo comunitario, lo objetivo) por el interés (que tiene como referente lo individual, lo subjetivo). Este reemplazo suele adoptar dos formas, la de la trivialización de lo importante o la trascendentalización de lo irrelevante. (Rozas. E 2009 p, 4).

Es como podríamos decir que para escoger una noticia debemos tomar en cuenta la importancia que tiene como referente comunitario.

### **El lenguaje de los nuevos medios**

Qué son "Nuevos Medios"

Podemos comenzar a contestar esta pregunta, haciendo una lista de categorías que son comúnmente discutidas bajo este tópico, en la prensa popular: internet, sitios web, multimedia, video juegos, cd-roms, dvd y realidad virtual (rv). Esto es todo lo que son los nuevos medios. Es decir, qué hay de los programas de televisión que son grabados en video digital y editados en computadora o qué hay de las películas que usan animación 3D y composición digital Consideramos esto como Nuevos Medios.(Manovich, L. 2005. sp).

En este caso, qué hay de todas las imágenes, que son creadas en la computadora, y después impresas en papel. Dónde nos detendremos Como se puede ver en estos ejemplos, la definición popular de los Nuevos Medios los identifica con el uso de una computadora para la distribución y exhibición, más, que con la producción. Por lo tanto, los textos distribuidos por

computadora (sitios web y libros electrónicos), son considerados como Nuevos Medios, los textos distribuidos en papel no lo son. Del mismo modo, las fotografías que se ponen en un cd-rom y requieren de una computadora para verlas son consideradas Nuevos medios; las mismas fotografías impresas en un libro no lo son. Podremos aceptar esta definición? Si queremos entender los efectos de la computarización como un todo, creo que es muy limitante. No hay razón para privilegiar a la computadora en el rol de la máquina de exhibición y distribución de medios, por sobre una computadora usada como una herramienta de producción de medios, o como un soporte de almacenamiento de medios. Todo tiene el mismo potencial de cambiar los lenguajes culturales existentes y todo tiene el mismo potencial de dejar la cultura tal como está.

En los nuevos escenarios de la comunicación que surgen de la mano de los procesos de mundialización, los diarios locales se han visto obligados a cambiar de estrategias y asumir la dimensión que ofrece la red como un nuevo ámbito de actuación. Al mismo tiempo, las culturas y lenguas minoritarias han encontrado razones para la esperanza, pero también un reto constante que exige la puesta al día de sus métodos y canales de difusión.

### **Diarios locales en la red**

Los medios en la red son una nueva forma para dar a conocer las noticias más actuales y lo mejor que son al instante, para Gascón, J. F. (2008., p3), el periodismo, en concreto el periodismo digital, se sitúa transversalmente en la base de la Sociedad de la Información y el Conocimiento, que el autor de esta comunicación denomina Sociedad de la Banda Ancha. La creación de contenidos se ha disparado en los medios de comunicación tradicionales a caballo de la creación de publicaciones digitales y del surgimiento de diarios digitales de nuevo cuño, sin parentesco alguno con publicaciones tradicionales. Además de esta fuente de contenidos, en el resto de vertientes digitalizables la demanda creación de contenidos, de periodistas que puedan alimentar una plétora de medios y soportes surgidos de Internet, se

disparará. Un ejemplo son las páginas web de empresas de los sectores más variopintos, que requieren de especialistas en generación de contenidos y que están generando un sensible movimiento en el mercado laboral y la generación de oportunidades en el sector.

La masiva presencia de diarios locales en la red evidencia un cambio de estrategia de las empresas que actúan en los mercados locales. Todo parece indicar que la mundialización aconseja la intervención en los nuevos escenarios de la comunicación. Y, ante estos procesos, nadie parece querer quedarse atrás. En pocos años, los diarios en papel no sólo aprovecharán la red para la elaboración y planificación de sus contenidos, sino que prepararán productos interactivos para aprovechar todas las posibilidades que ofrecen las tecnologías actuales. Ese es el reto que también asumen con convicción las iniciativas locales de comunicación de los países con lenguas minorizadas y con cultura propia.

Así pues, son muy pocos los que asumen el riesgo de no experimentar con la producción de contenidos para la red. El objetivo reside en ofrecer productos creíbles a una audiencia que las empresas tratan de incrementar mediante un proyecto económico que busca su rentabilidad. Los medios de comunicación, además de mantener su carácter específico con la producción de contenidos de calidad, intentan ampliar los campos de actuación para intervenir en el cada vez más complejo mercado del hipersector de la comunicación. Y, en algunos casos, ensayan con productos por los que el usuario tiene que pagar.

Esta es la respuesta de los medios tradicionales a los nuevos actores que han entrado en un escenario, de la comunicación, que cada vez mueve más dinero. Los diarios estuvieron desde el primer momento en la red con el convencimiento de que tenían un papel importante en la era de las autopistas de la información (José Fernández Beaumont, 1996). En esta nueva etapa entraron con decisión, pero sin un estudio previo del nuevo



camino que debían emprender; sabían, eso sí, que previsiblemente serían necesarias profundas transformaciones en su concepción tradicional y en su oficio para la edición en papel, así como cambios radicales para la edición electrónica.

## Formulación de hipótesis

### Hipótesis

Si se aplican adecuadas estrategias, se difundirán las necesidades de los servicios básicos de los barrios del sur de la campiña lojana.

### Matriz de operacionalización de la hipótesis.

VARIABLES	Aspectos o Dimensiones	Indicadores	Índices	Instrumentos
Estrategias  Para  Difundir los servicios básicos que necesitan los barrios.	El contenido a difundir.	Que difunden los barrios en los medios impresos y qué debería difundir.	La información actual es pertinente: -agua potable -alcantarillado -luz eléctrica -internet -teléfono -Vías de acceso -Áreas verdes y de recreación	- para obtener información realizaremos entrevistas a informantes de calidad, los cuales son las directivas de los respectivos barrios
	Selección de los medios impresos para la difusión	Tipos de medios de comunicación impresa	<b>Periódicos:</b> -Semanales -Diarios Popularidad: Alta, mediana, baja. Tipos de lectores: <b>Otros medios:</b>	
	Formas de difundir información en los medios impresos.	Periodicidad  Lenguaje  Fortalecimiento de la organización	Una vez por semana salen noticias de los barrios. Organización de clubes periodísticos:visitando y compartiendo inquietudes con los integrantes de la directiva -realización de sesiones y acompañamiento ante los diarios. Ayudando a que los barrios envíen semanalmente boletines de prensa.	

## **f. METODOLOGÍA**

### **f.1 métodos técnicas e instrumentos de la investigación**

En el presente trabajo investigativo, desde el presente proyecto se viene combinando el método cualitativo y cuantitativo, además la misma es una investigación no experimental por lo que su diseño respondió a las lógicas que al respecto sugieren Hernández Sampieri, et al. (2010) en su obra **“Metodología de la Investigación científica”** donde se hace énfasis de que “una investigación puede incluir elementos de los diferentes tipos de estudio, algunas veces una investigación puede caracterizarse como exploratoria, descriptiva, correlacionar o explicativa, pero no situarse únicamente como tal. Esto es, aunque un estudio sea esencialmente exploratorio contendrá elementos descriptivos, o bien un estudio correlacionar incluirá elementos descriptivos, y lo mismo ocurre con cada una de las clases de estudios” (p. 76)

### **f.2 métodos.**

#### **Método Científico**

Dado que el método científico es el proceso mediante el cual se obtiene el conocimiento científico basándose en la observación y la experimentación, el mismo fue utilizado en los diferentes momentos del desarrollo del proyecto, pero será utilizado en los procesos investigativos, sobre todo a la hora de extraer la información, procesarla, analizarla y establecer conclusiones.

Entre otros aspectos este método permitirá:

El Análisis.- mediante el cual se describirá la realidad con crítica, reflexión, comprensión y síntesis.

Profundidad.-requerido para los procesos de comprensión de la extensión, complejidad, globalidad sistemática y holística porque va más allá de averiguar los hechos, buscando las causas, efectos independientemente del valor y criterio del investigador.

**Método deductivo.-** posibilitará sacar conclusiones de un caso particular, a través de un modelo teórico de abstraer los fenómenos importantes de relaciones para poder llegar al razonamiento y hacer una síntesis.

**Método inductivo.-** permitirá analizar casos particulares, a partir de los cuales se extraen conclusiones de carácter general. Ayudará al descubrimiento de generalizaciones para llegar a las conclusiones.

**Método descriptivo.-** este ayudará a describir al fenómeno tal cual aparece; según la temporalidad, en nuestro caso de tipo transversal, se utilizarán datos cuantitativos que contribuirán a la descripción del fenómeno.

## **Procedimiento**

Para cumplir el primer objetivo se lo realizará mediante conceptos y estrategias, para la cual utilizaremos técnicas como mapas mentales y conceptuales, una vez establecidos estos conceptos se procederá a buscar información en el internet, bibliotecas y otras fuentes de información de las cuales seleccionaremos lo más importante que nos servirá para el marco teórico.

Para el objetivo dos.- se pretende encontrar modelos que existan en otros sitios respecto a lo que se está haciendo con nuestro problema, se irá a buscar información en sitios específicos como: la internet, libros, y otras fuentes de información para poder presentarlas en el marco teórico del proyecto de investigación el cual me servirá como pauta para crear la propuesta que quiero ejecutar.

Para el tercer objetivo.- investigaremos sobre cómo se encuentran los servicios básicos de los barrios del sur de la campiña lojana, para ello se realizará entrevistas a informantes de calidad de los referidos barrios posteriormente esa información se la plasmara en cuadros y gráficos estadísticos que nos servirá para sacar conclusiones de nuestra investigación.

En el cuarto objetivo.- se elaborará una propuesta, en la cual tomaremos en cuenta dos aspectos importantes, la primera es la información a obtener de la investigación a realizar mediante consultas en la internet, libros y otras fuentes y la segunda se considerará los resultados que obtendré de la investigación.

En el quinto objetivo.- una vez que tengamos realizada la propuesta se procederá invitar a las personas que se encuentran involucradas en nuestro problema de investigación para debatir y socializar nuestra propuesta que hemos elaborados.

**a)** Convocatoria a los involucrados para socializar la propuesta, a ellos se les entregará un perfil de la propuesta, además se los motivará para que participen en el taller de socialización.

**b)** Se expondrá el perfil de propuesta mediante el uso de powerpoint.

**C)** Una vez expuesto se procederá a recoger criterios de los participantes.

**d)** Se procederá el establecimiento de conclusiones para entablar compromisos.

## **Población y muestra**

La población se distribuye en 49 barrios y que corresponde a las parroquias Sagrario y San Sebastián, y que según el censo del 2010 la población del distrito sur de la campiña lojana la compone cerca de 72,344<sup>4</sup> mil habitantes.

Dados las características de la investigación no se trabajarán con muestra estadística alguna, sino con informantes de calidad mismos que se constituyen por los presidentes y vicepresidentes integrantes de las directivas o por quienes hagan sus veces.

## **Técnicas e instrumentos de la investigación.**

En la presente investigación, el método de nuestra investigación es una combinación de los métodos cualitativos y cuantitativos, al cual no lo ajustamos a un diseño de investigación no experimental, por el cual obtendremos la información mediante una entrevista realizada a informantes de calidad.

**La entrevista:** es una técnica que se la utiliza para obtener información directa de las juntas directivas de los barrios del distrito sur de la ciudad de Loja en relación con la difusión de los servicios básicos que necesitan los barrios del distrito sur de la ciudad de Loja.

---

<sup>4</sup> Dato proporcionado por el Concejo Nacional electoral de la Ciudad de Loja

### g. CRONOGRAMA

Meses. Actividades.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.
Aprobación del proyecto.	x xxx														
Prueba de la eficiencia de los instrumentos		x xxx													
Aplicación de los instrumentos de investigación.			x xxx	x xxx											
Procesamiento y análisis de la información.					x xxx	x xxx	x xxx								
Elaboración del primer informe y aprobación por parte del director de tesis.								x xxx	x xxx	x x					
Trámite de actitud legal y designación del tribunal de tesis										x x	x xxx	x xxx			
Revisión por parte del tribunal e incorporación de las sugerencias dadas													x xxx		
Aprobación por parte del tribunal de tesis.														x xxx	
Incorporación															x xxx

## h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

### ❖ Recursos humanos

- Postulante a la graduación
- Director de tesis
- Docentes que conformarán el Tribunal de tesis

### ❖ Recursos materiales

- Computadora
- Flash memory.
- Hojas de papel bond.
- Internet
- Bibliografía

### ❖ Presupuesto

RUBRO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (USD)	PRECIO TOTAL (USD)
Computadora	Horas	6000	0.50	300,00
Flash memory	U	3	15	45,00
Hojas de papel bond	Resmas	8	6	48,00
Internet	Horas	60	0.50	30,00
Libros	U	6	50,00	300,00
Transporte	U	20	6	120,00
Imprevistos	-	-	-	300,00
<b>TOTAL</b>				<b>1.133,00</b>

## i. BIBLIOGRAFÍA.

- Ainstein L, Karol J, Lindenboim J, 2012. “Modelos de análisis y gestión de redes y componentes urbanos”. Instituto de Investigaciones económicas. FCE, UBA. Cuaderno del CEPED N°3
- Alsina, M. R. (2011). La construcción de la noticia. España: Paidós.
- Alvarado gordillo, G. R., MuimaShingle, A. D. R. I. A. N. O., &Sanmartin Quezada, E. J. (2013). *CALIDAD DE LOS SERVICIOS BÁSICOS EN LOS BARRIOS DEL SUR DE LA CIUDAD DE SANTA ROSA DURANTE EL PERIODO 2005–2010* (Doctoral dissertation).
- Azócar, G., Sanhueza, R., & Henríquez, C. (2010). Cambio en los patrones de crecimiento en una ciudad intermedia: el caso de Chillán en Chile Central. *EURE* (Santiago).
- Ecuador, C. D. (2008). Constitución del Ecuador. Montecristi, Manabí, Ecuador: Registro Oficial.
- Gómez, (2011) C. H. Los medios de comunicación masiva. *Iberoamericana de Educación*, (18).
- García, X. L., & Cruz, X. A. N. (2000). Los medios tradicionales, en los nuevos escenarios de la comunicación. *Ámbitos*, 3, 4.
- Gascón, J. F. (2008). La alianza entre el periodismo digital y tradicional y los operadores de telecomunicación: hacia un rendimiento óptimo de la red. In *II Congreso Nacional Ulepicc-Espafia*.
- Gaulejac. V. Bonetti. M y Fraise. J. (2013), *L Ingénierie Sociale, Syros alternativas*, paris consultado el 1 de noviembre / 2013 consultado de <http://www.monografias.com/trabajos32/investigacion-accion-participativa-ciudadania/investigacion-accion-participativa-ejercicio-ciudadania.shtml#ixzz2jPN65Agv>



- Hernández Sampieri, et al. (2010) “**Metodología de la Investigación**”.
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor Ecuador (2011). Quito. Descargada en línea el 14 de marzo/2014, de: <http://www.cetid.abogados.ec/archivos/95.pdf>
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios*. Barcelona.
- Pirez Pedro. (2011). Municipio, necesidades sociales y política local, Grupo Editor Latino Americano HED-AL, Buenos Aires.
- REVISTA IBEROAMERICANA DE EDUCACIÓN. Nº 18 (1998)
- Rodríguez, A., & Winchester, L. (2009). Santiago de Chile: Metropolización, globalización, desigualdad. EURE (Santiago)
- Rozas, E. (2009). La selección noticiosa, entre la importancia y el interés. Cuadernos de información.
- Verón, E., de Lonné, B. A., & Verbitsky, H. (1983). Construir el acontecimiento: Los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de ThreeMile Island. Gedisa.

## ANEXO 2



### UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

#### ÁREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

#### CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Como estudiante de la Carrera en Ciencias de la comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, estoy desarrollando un trabajo de investigación en los barrios del sur de la campiña lojana, el mismo que se relaciona con la difusión por los medios impresos locales en los servicios básicos de los barrios, para lo cual solicito su apoyo, contestando las interrogantes planteadas, convirtiéndose así en informantes de calidad.

Sus respuestas serán anónimas, los resultados se aplicarán al tema. **La difusión por los medios impresos locales de las necesidades de los servicios básicos de los barrios del sur de la campiña lojana.**

#### DATOS GENERALES:

**Nombre del Barrio:**

**Nombre del presidente del barrio:**

**Fecha:**

1. ¿Qué tipo de servicio básico tiene su barrio?

Servicios Básico	Estado		Área que cubre	
	Buena	Mala	Parcial	Total
Agua Potable				
Luz Eléctrica				
Alcantarillado				
Asfalto				
Áreas Verdes				

2. Las necesidades de sus barrios son difundidas por los medios impresos locales.

**Si ( ) No ( )**

3. En caso de que la respuesta anterior fue sí, favor conteste: ¿Con que frecuencia se da la difusión?

**Muy de repente ( ) Siempre ( ) Nunca ( )**

4. Han llegado a su barrio periodistas con el propósito de reportar las necesidades de los servicios básicos en los medios impresos locales.

**Si ( ) No ( )**

5. ¿Qué actividades utiliza la directiva para hacer conocer sus servicios básicos a las respectivas autoridades?. Favor marque con una X

Crea boletines de prensa	
Ruedas de prensa	
Invita a reporteros	
Otros	

6. Cree usted que es importante que los barrios difundan las necesidades de los servicios básicos en los medios impresos locales.

**Si ( ) No ( )**

**Porque.....**  
.....  
.....  
.....

7. Usted cree que para fortalecer la intercomunicación de los barrios conviene organizar club de periodismo, asociaciones, comisiones de prensa, otros.

**Si ( ) No ( )**

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## ÍNDICE

<b>Contenidos</b>	<b>Pág.</b>
CARATULA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN	vii
UBICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	viii
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS	ix
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN	2
SUMARY	3
c. INTRODUCCIÓN	4
d. REVISIÓN DE LITERATURA	6
1. LOS SERVICIOS BÁSICOS	6
¿POR QUÉ TODOS LOS BARRIOS NO TIENEN LAS MISMAS NECESIDADES BÁSICAS?	8
VIVIENDA Y SERVICIOS BÁSICOS	11
LOS SERVICIOS BÁSICOS COMO PARTE DEL BUEN VIVIR	12
OBJETIVOS DEL BUEN VIVIR SEGÚN LA SECRETARÍA NACIONAL DEL ECUADOR	12
LOS SERVICIOS BÁSICOS EN LA LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR	13
DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES	13
2. DIFUSIÓN DE LAS NECESIDADES DE LOS SERVICIOS BÁSICOS	14
¿CÓMO SE EXPANDEN LOS BARRIOS EN LA CIUDAD?	15
CALIDAD DE VIDA DE LOS BARRIOS	15

ORGANIZACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO COMO NECESIDAD BÁSICA BARRIAL	16
3. ¿QUÉ SON LOS MEDIOS IMPRESOS?	17
4. ESTRATEGIAS PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	18
ORIENTACIÓN PRACRTICA PARA ESTABLECER QUE MEDIOS DEBEN TENER EN CUENTA	20
DIFUSIOÓN DE LOS MEDIOS IMPRESOS	21
ESTRATEGIAS PARA DIFUNDIR	21
LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN MASIVA	22
DIFUSION DE NOTICIAS COMUNITARIAS	22
EL LEGUAJE DE LOS NUEVOS MEDIOS	23
DIARIOS LOCALES EN LA RED	24
e. MATERIALES Y MÉTODOS	25
f. RESULTADOS	29
g. DISCUSIÓN	40
h. CONCLUSIONES	41
i. RECOMENDACIONES	42
j. BIBLIOGRAFÍA	44
k. ANEXOS	47