UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA: "LA INTERCOMUNICACIÓN ENTRE LOS HABITANTES DEL CANTÓN MARCABELÍ A TRAVÉS DE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN ESCRITO".

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

ASPIRANTE: Estalin Javier Ramírez Olaya

DIRECTOR: Ing Wilman Merino Alberca Mg. Sc.

Loja – Ecuador

2015

CERTIFICACIÓN

Dr. Wilman Merino Alberca Mg. Sc.

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

CERTIFICA:

Que la tesis de investigación denominada **"LA INTERCOMUNICACIÓN ENTRE LOS HABITANTES DEL CANTÓN MARCABELÍ A TRAVÉS DE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN ESCRITO"** de autoría de Estalin Javier Ramírez Olaya, previa la obtención del grado de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social, observa la orientación metodológica 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, 11 de diciembre de 2015

Dr. Wilman Merino Alberca,

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Estalin Javier Ramírez Olaya declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo 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.

Autoría: Estalin Javier Ramírez Olaya

Firma: Stalin R.

Cédula de Ciudadanía: 0705455731

Fecha: 11 de diciembre de 2015

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

Yo, **ESTALIN JAVIER RAMÍREZ OLAYA** declaro ser autor de la tesis titulada **"LA INTERCOMUNICACIÓN ENTRE LOS HABITANTES DEL CANTÓN MARCABELÍ A TRAVÉS DE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN ESCRITO"**, 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 de información del país y 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.
La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por plagio o copia de la tesis que realice un tercero.
Para constancia de esta autorización, firmo en la ciudad de Loja, a los once días del mes de noviembre de dos mil quince.

Firma……..

Autor: Estalin Javier Ramírez Olaya
Cédula: 0705455731
Dirección: Manuel Zambrano y Kennedy
Correo Electrónico: chamuquito69_r@hotmail.com
Teléfono: 0969186946
Datos complementarios:
Director de Tesis: Ing. Wilman Merino Alberca, Mg. Sc.
Presidente del Tribunal: Milton Andrade Tapia, PhD.
Primer Vocal: José Iñiguez Cartagena, Mg. Sc.
Segundo Vocal: Galo Vallejos Espinoza, Mg. Sc.

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud imperecedera a las autoridades de la Universidad Nacional de Loja, a la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social; Al director de tesis, Ing. Wilman Merino por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, experiencia, paciencia y motivación ha logrado que pueda terminar la investigación con éxito.

También agradezco a mis docentes, ya que todos han aportado grandemente en mi formación profesional.

Agradezco infinitamente a Dios el haberme permitido lograr culminar con esta carrera profesional, de la misma forma a mis padres y hermanos que siempre han estado conmigo, apoyándome en todo sentido, por ser los pilares fundamentales para que continúe con en esta etapa de la vida como es la formación.

A mis padres por todo el apoyo brindado y por siempre estar en las buenas y malas junto a mí.

El autor.

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación lo dedico a Dios por haberme permitido llegar a mi objetivo por medio de sus bendiciones.

A mis padres por su apoyo incondicional y su infinito amor, seres tan queridos que nunca me han dejado solo, siempre han estado ahí, para apoyarme, y sí, para regañarme cuando tuvieron que hacerlo, ya que gracias a ello, a su apoyo, sus consejos y todo, puedo decir y demostrar que soy un hombre de bien.

A mis hermanos y sobrinos que al igual que mis padres, han sido los pilares fundamentales para mi formación, gracias a ellos, que han estado siempre en las buenas y en las malas dándome fuerzas para seguir adelante.

A mis abuelos, aunque dos de ellos ya no estén conmigo, me dan la fuerza para seguir adelante y ser cada día mejor.

A mis tíos, primos y demás familiares les dedico este trabajo por ser una gran familia.

Estalin Javier Ramírez Olaya

MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO

ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN											
BIBLIOTECA: **Área de la Educación, el Arte y la Comunicación**											
TIPO DE DOCUMENTO	**AUTOR/NOMBRE DEL DOCUMENTO**	**FUENTE**	**FECHA (AÑO)**	**ÁMBITO GEOGRÁFICO**							NOTAS/ OBSERVACIONES
				NACIONAL	REGIONAL	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	BARRIOS/ COMUNIDADES	OTRAS DESAGREG-ACIONES	
TESIS	**Estalin Javier Ramírez Olaya** "LA INTERCOMUNICACIÓN ENTRE LOS HABITANTES DEL CANTÓN MARCABELI A TRAVÉS DE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN ESCRITO."	**UNL**	**2015**	**ECUADOR**	**ZONA 7**	**EL ORO**	**Marcabelí**	**El Ingenio**	**Centro** Centenario 24 de Junio Nueva Esperanza Imbabura 9 de Octubre San Francisco	**CD**	**Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social**

MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS

UBICACIÓN GEOGRÁFICA

FUENTE: http://www.zonu.com

CROQUIS DE UBICACIÓN

FUENTE: Google maps

ESQUEMA DE TESIS

i. PORTADA

ii. CERTIFICACIÓN

iii. AUTORÍA

iv. CARTA DE AUTORIZACIÓN

v. AGRADECIMIENTO

vi. DEDICATORIA

vii. MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO

viii. MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS

ix. ESQUEMA DE TESIS

a. TÍTULO

b. RESUMEN

(ABSTRACT)

c. INTRODUCCIÓN

d. REVISIÓN DE LITERATURA

e. MATERIALES Y MÉTODOS

f. RESULTADOS

g. DISCUSIÓN

h. CONCLUSIONES

i. RECOMENDACIONES

j. BIBLIOGRAFÍA

k. ANEXOS: PROYECTO

a. **TÍTULO:** “LA INTERCOMUNICACIÓN ENTRE LOS HABITANTES DEL CANTÓN MARCABELÍ A TRAVÉS DE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN ESCRITO”.

b. RESUMEN

En el cantón Marcabelí, de la provincia de El Oro, sus habitantes atraviesan por una serie de necesidades, que no les permiten desarrollarse como colectividad, uno de ellos es el de la comunicación, pues en el sector existió un semanario llamado "Informativo Marcabelí", así como una radio, "Antena 10", medios por los cuáles la gente recibía información de lo que sucedía a su alrededor, pero luego dejaron de funcionar. Actualmente la forma en que se comunican los habitantes de este sector es a través de métodos antiguos, tradicionales, como son las convocatorias que se realizan por medio de asambleas populares o denominadas del pueblo, también reciben información durante los comunicados que se realizan en los homilías o por medio de megáfonos que emplea la municipalidad y otras instituciones, sin embargo existe dificultad para que todo ciudadano reciba o se halle enterado de lo que sucede en el medio. El problema de investigación fue ¿Cómo mejorar la intercomunicación entre los habitantes del cantón Marcabelí a través de un medio de comunicación escrito? La presente investigación tuvo como objetivo general, mejorar la intercomunicación entre los habitantes del cantón Marcabelí a través de un medio de comunicación escrito. Además de los métodos de observación, sintético, analítico, inductivo, deductivo y científico se utilizaron técnicas como la entrevista y la encuesta dirigidas a la población. Una vez aplicados los instrumentos se encontró que los moradores en su mayoría opinan sobre la importancia de la creación de un medio de comunicación escrito, el cual les brindará la oportunidad de mantenerse informados y de dar a conocer las necesidades de sus barrios; por ello, el presente estudio recomienda la creación de un medio de comunicación semanal cuyo manejo sea responsable, comprometido a informar y a ayudar a la comunidad. Finalmente se concluye planteando como propuesta alternativa la creación de un medio de comunicación semanal que ayude a la comunidad a mantenerse informada y a resolver los diferentes problemas que atraviesan en sus sectores.

PALABRAS CLAVE: Intercomunicación, Marcabelí, medio, escrito, semanario, comunicación, periódico.

ABSTRACT

In the Marcabelí canton, in the province of El Oro, its inhabitants are experiencing a range of needs that do not allow them to develop as a group, one of them is that of communication, because there was a weekly called "Information Marcabelí" in the sector as well as a radio, "antenna 10" means by which people received information of what was happening around him, but then stopped working.

Currently the way the inhabitants of this sector is to communicate through old, traditional methods, as are the calls that are made through so-called popular or village assemblies, they also receive information over the communications that take place in the homilies or through megaphones that uses the municipality and other institutions, but there is difficulty that every citizen receives or if he is aware of what happens in between. The research question was how to improve communication between the inhabitants of the canton Marcabelí by means of written communication? The present study was overall objective to improve the communication between the inhabitants of the canton Marcabelí by means of written communication. Besides observation methods, synthetic, analytical, inductive, deductive and scientific techniques were used as the interview and the survey aimed at the population. Once applied instruments found that most residents say about the importance of creating a means of written communication, which will provide them the opportunity to stay informed and to make known the needs of their neighborhoods; Therefore, the present study recommends the creation of a medium of communication whose weekly management is responsible, committed to inform and help the community. Finally we conclude proposing as an alternative proposal to create a means of communication weekly to help the community stay informed and to solve the various problems that cross in their sectors.

KEYWORDS: Intercomunication, Marcabeli, media, tipied, semanary, communication, journal.

c. INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación son los instrumentos más influyentes en la sociedad, ya que por medio de ellos podemos mantenernos informados de lo que ocurre a nuestro alrededor y conocer los diferentes problemas por los que atraviesa. Por ello la importancia de los medios de comunicación comprometidos a colaborar con las comunidades y a su vez con el desarrollo de un sector determinado. En la actualidad es muy notable el desinterés por parte de los medios de comunicación para difundir las diferentes necesidades de las comunidades, pero este no es el caso del cantón Marcabelí ya que en el sector no existe ningún medio de comunicación por el que la ciudadanía se informe y por el cual pueda manifestar los problemas por los que atraviesan sus barrios.

Razón por la cual se planteó el tema de investigación "LA INTERCOMUNICACIÓN ENTRE LOS HABITANTES DEL CANTÓN MARCABELÍ A TRAVÉS DE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN ESCRITO", para conocer los problemas que existen en los diferentes barrios y cómo un medio de comunicación puede ayudar a la solución de los mismos.

Se aplicaron los métodos de observación, sintético, analítico, inductivo, deductivo y científico para alcanzar el objetivo general de la presente, mejorar la intercomunicación entre los habitantes del cantón Marcabelí a través de un medio de comunicación escrito. En el desarrollo del presente informe, como en todo trabajo investigativo, se lograron determinar conclusiones y recomendaciones que pueden ser consideradas al momento de elaborar el medio de comunicación.

El presente informe se elaboró considerando el reglamento de régimen académico de la Universidad Nacional de Loja: en las partes preliminares constan: a) el título, b) resumen y c) la introducción; luego en el literal d), se ubica la revisión de literatura, e) materiales y métodos, f) resultados, g) discusión, h) conclusiones, i) recomendaciones, j) bibliografía, k) anexos.

Así mismo, se plantea una propuesta alternativa, la cual servirá como una guía para la solución al problema.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

DEFINICIÓN DE LA COMUNICACIÓN HUMANA

Las vivencias, experiencias, principios, creencias y todo lo que se pueda contar o compartir permite mayor dinamismo en el acto comunicativo, muy importante para las sociedades que buscan el buen desarrollo, como lo manifiesta Hernández S. (2010):

> La comunicación entre los seres humanos se define como un proceso sistémico que permite la interacción entre dos o más personas mediante un mismo código.(…)
> Este proceso se caracteriza por interrelacionar, aparte de los agentes actuantes, u n mensaje, un canal, un referente, una situación; todos ubicados dentro de un mismo contexto.
>
> Cabe reafirmar que en esta comunidad, cada persona tiene una gama de situaciones particulares (vivencias, experiencias, principios, creencias, entre otras), esta la hace distinta de las demás, aunque existen estructuras coincidentes, entre los integrantes de un grupo sociolingüístico determinado. Esto permite mayor dinamismo en el acto comunicativo. (Hernández 2010, s. p)

Hernández S. (1999), en relación con este tema afirma que la comunicación es un acto dinámico en el que los sujetos entran en contacto, cada uno con su forma de ser (…) Es, por tanto, un encuentro de mentes y realidades." (Hernández. 1999, p.6).

Según Fonseca, Socorro y otros, (2011): La expresión, como un término general, hace referencia a aquel discurso que manifiesta, pero cuya recepción no es segura. Es decir, la interpretación del mensaje queda flotando, pues en el momento de su emisión, no se constata un agente receptor. (Fonseca. 2011, s. p.)

Medios de Comunicación

La comunicación y su manejo es muy importante para que la información llegue de la mejor manera a cada uno de sus actores, sin un manejo responsable de la información, los pueblos no podrían desarrollarse.

> Según Alghassani, anuar (1990) Los medios de comunicación son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar de manera

> masiva. Día a día, los individuos y las comunidades acceden a material informativo que describe, explica y analiza datos y acontecimientos políticos, sociales, económicos y culturales, tanto a nivel local como en el contexto global.
>
> En nuestras sociedades, estos canales son esenciales para el establecimiento y desarrollo de todo proceso de interacción humana. Los medios de comunicación son la materialización física de la necesidad de relacionarse entre sí que tienen todos los humanos. (Alghassani, anuar. 1990, s.p.)

Además el autor Sandoval C (1990), en el presente texto nos habla sobre la importancia y la efectividad de transmitir un mensaje entre varios sectores de la comunidad a través de un medio de comunicación por su eficiencia para transmitir un mensaje de manera masiva.

> Para algunos sectores de la sociedad contemporánea, los medios de comunicación son la manera más eficaz y rápida de transmitir un mensaje. Por ejemplo, una página web es útil para publicar un contenido que necesite divulgación inmediata entre varios sectores de nuestra comunidad. Sin embargo, para otros sectores de la sociedad, estos mismos medios de comunicación son entendidos como una herramienta política o como un vehículo de manipulación social. En nuestros tiempos, el exceso de información que recibimos a diario le ha dado un nuevo valor a la capacidad y la eficiencia para transmitir un mensaje de manera masiva. Diferentes sectores de la sociedad son conscientes de este valor y por eso utilizan los medios de comunicación para hacerse escuchar o para imponer su visión de los problemas. (Sandoval y Alghassani, Anuar, 1990,s.p)

Para una solución efectiva de los problemas es necesario el compromiso por parte de los propietarios de los medios de comunicación y el personal que labora en estos, dando prioridad al bien social. Así también, un manejo responsable que permita ayudar al desarrollo de la comunidad. Cabe resaltar el escrito de Lizett Graham Milla, con respecto al ejercicio periodístico, que dice lo siguiente:

> La expectativa que genera el periodismo es dar información de calidad, sustentada en investigaciones de sucesos desde un análisis sesudo del contexto, amparándose en la opinión de comentaristas o expertos, lo que permitiría que el ciudadano forme una opinión propia, cercana a la realidad y comprometida con la ética y la situación del país.

> Sin embargo, los medios de comunicación no cuentan aún con la confianza necesaria de parte de la ciudadanía, hay cierta incredulidad sobre los medios, que no es superada aún, lo que indicaría existencia de desconfianzas. (Graham. 2013, p, 34)

Es un gran desafío para los profesionales de la comunicación y para los diferentes medios; un desafío que se debe asumir en beneficio de las comunidades, comprometidos con el pueblo; Del mismo modo hacer que la ciudadanía forme parte activa dentro de los procesos comunicacionales, ayudando con ello a la solución de los problemas por los que atraviesan y de igual forma a su desarrollo como pueblo.

El derecho de acceso a los medios de comunicación

Así como obligaciones, todo ser humano tiene derechos, y uno de ellos es el derecho al acceso de los diferentes medios de comunicación y el derecho a opinar sobre algún tema, sin ser molestado.

El derecho al acceso a los medios de comunicación se encuentra reconocido generalmente en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, manifestando que:

> Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión. (Declaración Universal de los Derechos Humanos, 1948, p. 17)

De acuerdo a lo citado podemos decir que cualquier persona es libre de recibir información y/o participar de ella para su difusión, teniendo en cuenta la ley y los derechos de las demás personas.

De igual manera el artículo 16, numeral 1 de la Constitución de la República del Ecuador (2008) señala que:

> Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos. (Constitución de la República del Ecuador, 2008, p 14)

Absolutamente todos tenemos los mismos derechos, en este caso el de recibir información de calidad a través de los diferentes medios de comunicación sea cual sea nuestra raza, color, etnia o creencias.

Medios de Comunicación y Desarrollo Rural

La comunicación es el mejor instrumento y medio para el desarrollo social, a través de la comunicación se puede llegar a resolver los problemas que afectan a una comunidad. Los diferentes medios de comunicación deben aportar con ello, y la mejor manera de hacerlo es educando e informando con un manejo responsable de la información que van a emitir, para que de este modo la ciudadanía se encuentre bien informada, la idea es informar con responsabilidad en busca del correcto desarrollo de los pueblos y el buen vivir.

Muchos de los medios de comunicación se encuentran situados en las grandes ciudades donde se habla de altos niveles económicos, los medios no dan la debida importancia a la difusión de lo que sucede en las zonas rurales o en pequeños cantones que necesitan difundir sus necesidades en busca de soluciones. En cuanto al tema Luis Ramiro Beltrán en su obra "Comunicación y desarrollo económico" señala que:

> (…) los medios de comunicación (…) están altamente concentrados en las ciudades, los mayores consumidores de los mensajes que estos transmiten son, lógicamente los habitantes de ello. Más aun dentro de las ciudades, el nivel de consumo es mayor cuanto más alto son los niveles sociales, culturales y económicos de las personas. Ello quiere decir que, además de haber una fuerte dicotomía rural urbana en las oportunidades de acceso a la comunicación, hay una estratificación de la sociedad. (Beltrán, 2009. p. 54)

Otro de los problemas de los sectores rurales y pequeños cantones es que no cuentan con medios de comunicación por el cual sus habitantes puedan obtener información de lo que sucede a su alrededor, lo que afecta al desarrollo de la comunidad.

Un comunicador debería de estar más al tanto de los intereses de la población, de sus necesidades, para buscar una solución, comunicadores comprometidos a ayudar al completo desarrollo del sector. Acerca de este tema Acevedo Jorge manifiesta que:

> La demanda de trabajar por el pueblo, de llevar la voz del pueblo, apoyar al pueblo, atender al pueblo, gestionar obras para el pueblo puede ser leída como un indicio de auto representación; hay una identificación con un colectivo llamado pueblo pero cuyo significado y contenido es algo que hace falta conocer e interpretar. Y eso pasa no sólo por acercarse a la gente como hacen los políticos cuando están en campaña sino principalmente por algo que lleva más tiempo: conectarse con sus códigos. (Acevedo, et al., 2013, p. 17)

Los medios de comunicación son de gran ayuda y los comunicadores debemos permanecer del lado de la comunidad, no podemos perder ese acercamiento con la gente, pero antes de ello debemos tener claro cuál es el objetivo de ese acercamiento, debemos tener bien claro el interés de ayudar a la comunidad y colaborar con su desarrollo.

Estrategias para la difusión en medios de comunicación

Un pueblo sin comunicación difícilmente puede avanzar por las vías del desarrollo. La comunicación juega un papel muy importante dentro de una comunidad que necesita surgir; para entender un poco más acerca de este tema, tenemos como referencia el concepto de Beltrán L. R. (2012) que nos dice que:

> 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".(…)Además que 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.(…) Añadiendo también que 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 tecnología y los nuevos medios de comunicación

Para entender un poco más acerca de los nuevos medios que nos brinda la tecnología tenemos a continuación las opiniones de Manovich y Benko quienes nos hablan brevemente de la evolución de la tecnología y sobre cómo esta aporta a la comunicación.

> 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).

Vivimos en una época en la que la tecnología nos ofrece un sin número de posibilidades de comunicarnos a través de ella, hoy en día la tecnología nos permite acceder a la información a solo minutos de ocurrido algún hecho importante, es el caso de la Internet, donde muchos medios de comunicación tienen sus páginas con información actualizada minuto a minuto y muchas cosas más; en cuanto al tema Benko, (2009) señala que:

> 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 ligados. (Benko, 2009, p, 67).

Periodismo impreso, un compromiso ciudadano

El periodismo y su desarrollo son indispensables en una sociedad, comprometiéndose con la sociedad, para buscar un entorno de comunicación con gente que quizás nunca han tenido la oportunidad de expresar sus necesidades o criterios acerca de algún determinado tema; el ejercicio del periodismo está directamente unido con la ciudadanía, por lo tanto la ciudadanía debe formar parte importante de él. Sobre este aspecto Ryszard Kapuściński nos dice que:

> El periodismo (…) se encuentra entre las profesiones más gregarias que existen, porque sin los otros no podemos hacer nada. Sin la ayuda, la participación, la opinión y el pensamiento del otro, no existimos: Las condiciones fundamentales de este oficio es el entendimiento con el otro: hacemos, y somos, aquello que los otros nos permiten. Ninguna sociedad moderna puede existir sin periodistas, pero los periodistas no podemos existir sin la sociedad. (Kapuściński, 2011, p, 16)

La prensa escrita

Al igual que los diferentes medios de comunicación la prensa escrita debería asumir un rol más humanista, encaminada a ayudar a las comunidades que no han tenido la oportunidad de participación social y no pensar solo en los fines económicos como lo señala Cuenca Humberto (1980) a continuación:

> La gran prensa no se encuentra en manos de humanistas e idealistas sino de empresarios que manejan las empresas periodísticas con fines comerciales y que buscan maximizar sus ganancias. Dependen en alto grado de la publicidad de grandes intereses económicos, ya sean industriales, comerciales o de otra índole y esta dependencia coarta su libertad y transforma al periódico en un sumiso

> aliado y defensor de estas fuerzas y de sus intereses particulares (Cuenca, 1980, s.p.)

Al redactar nuestras noticias hacerlo apegándonos a la verdad, con responsabilidad, limitándonos al hecho; si vamos a crear opinión hacerlo de igual manera con responsabilidad, dejando de lado intereses personales o de un determinado grupo para evitar en la medida de lo posible lo que nos dice Martin Vivaldi en Géneros periodísticos.

> Según Vivaldi M (1993) el lector de un diario, en realidad lo que recibe de los medios no es una versión completamente independiente, objetiva, veraz de los hechos, sino un menú pronosticado con un enfoque parcializado, limitado, acorde con determinados intereses políticos y económicos. Recibe un mar de información y unas telarañas de opinión dirigida. (Vivaldi, 1993, s.p)

Difusión de noticias comunitarias

El comunicador debe de estar más al tanto de los problemas que atraviesa la comunidad, más comprometido con ella, dando el enfoque social a sus actividades para poder hacer bien las cosas, y poder ayudar a solucionar los inconvenientes que no les permiten desarrollarse como comunidad. Rozas. (1997) manifiesta que:

> 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 1997 p, 4).

Sin un periodismo de calidad, comprometido con la verdad y el desarrollo de los pueblos difícilmente podríamos hablar de libertad, seríamos presos de los que quieren imponernos sus verdades aunque no lo sean; sin un periodismo responsable, ético, no

existe libertad alguna; el mundo necesita de un periodismo limpio, donde las personas puedan expresarse libremente, expresar sus necesidades, sus sentimientos, en fin, un periodismo para el pueblo; Humberto Eco (1998) manifiesta que:

> El mal periodismo seca la libertad, mantiene la idolatría del pasado, no como antigüedad del saber, sino como el amor del héroe a su propia estatua y exacerba un nacionalismo monumental. No deprime la tira cómica, la profusión de anuncios, el terror gráfico de la muerte, el capitalismo dirigente. El buen periódico es la imagen del pueblo, contiene al hombre dentro de sí, como ola llanura retiene en el fondo de su sabana el fervor humano!" (Eco, Humberto, Caracas, 1998, s.p.).

Desarrollo Organizacional

El desarrollo organizacional trata el análisis completo de la empresa, de sus departamentos, sus productos y servicios, sus procesos de fabricación y de formulación de los servicios, su infraestructura y sus recursos, tanto personales y financieros para hacer frente a las necesidades de los negocios de la empresa, en este análisis muchas veces se utiliza herramientas que pueden utilizadas para conocer la opinión pública acerca de sus productos, o de la atención que brindan los empleados de dicha empresa a los usuarios.

Sin organización sería imposible el desarrollo de un pueblo o de una institución o empresa como lo señala Rivas Quinto José (2007) en el presente texto.

> Es un esfuerzo libre e incesante de la gerencia que se vale de todos los recursos de la organización con especialidad el recurso humano a fin de hacer creíble, sostenible y funcional a la organización en el tiempo. Dinamiza los procesos, crea un estilo y señala un norte desde la institucionalidad.
>
> El doctor Richard Beckhard. La define como "Un esfuerzo: (a) planeado, (b) que cubre a la organización, (c) administrado desde la alta dirección (d) que incrementa la efectividad y la salud de la organización, mediante (e) la intervención deliberada en los procesos de la organización utilizando el conocimiento de las ciencias de la conducta". (Rivas Quinto José, 2007, s.p.)

Finalidad de un programa de desarrollo organizacional

La finalidad u objetivo de un programa de desarrollo organizacional es asegurar la efectividad y viabilidad del negocio o institución ya sea pública o privada; la parte más

importante del desarrollo organizacional son los cambios que se puedan generar en la cultura, estructura, formas de trabajar y de relacionarse para lograr que la empresa mejore cada vez mas; Rivas Quinto José (2007) expresa en este sentido que:

> Es que la organización aprenda como sistema y pueda tener un sello distintivo de hacer las cosas con excelencia a partir de sus propios procesos, con efectividad para funcionar y responder al cambio.
>
> En este aspecto adquiere relevancia el concepto de Mendoza Fung (2000,UPB) cuando plantea: "Las organizaciones exitosas son aquellas que su adaptación y capacidad para asumir los cambios los encaran de forma positiva y proactiva, las organizaciones que aprenden, son aquellas que están dispuestas a asumir nuevos roles y responsabilidades y que técnicamente están en continuo avance y capacitación". (Rivas Quinto José, 2007, s.p.)

Organización del espacio público como necesidad básica

Es importante conocer cómo es la organización del espacio público como un espacio de accesibilidad, transparencia y libertad, ya que este puede tener un significado diferente para cada persona, como lo expresa Rizzo P. (2010) en el párrafo siguiente.

> 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).

Formas de comunicación no adecuada.

Según Marcuello García Ángel (2009) el principal problema es que no sabemos escuchar por diferentes situaciones que son:

> **El distraído:** Escucha a ratos porque encuentra mucha dificultad para sostener la atención.
>
> **El charlatán:** El que toma la palabra y no se decide a dejarla, este caso es más frecuente entre los hombres que en las mujeres.
>
> **El silencioso:** Que tal vez por temor no emite comentario alguno.

> **El sabelotodo:** Es un oyente difícil ya que cree que lo sabe todo y tiene el peligro de volverse agresivo. (Marcuello, 2009, s.p)

Si bien es cierto la comunicación interpersonal nos ayuda mucho en el diario vivir, pero dicha comunicación suele tergiversar lo que realmente queremos comunicar; este es un gran problema que afecta a la comunicación, especialmente en lugares donde no existe un medio de comunicación por el cual los comunicados lleguen a la comunidad con un manejo adecuado de la información.

Interacción comunicativa

Es necesario el mantener una buena interrelación comunicativa, para lograr un buen desarrollo como personas y el buen desarrollo de un pueblo, que surja de la mejor manera con una población unida; Psulenguaje (2009) en Interacción Comunicativa Oral y Pública nos dice que:

> La interacción comunicativa corresponde al intercambio de ideas, significados, pensamientos, conocimientos entre 2 o más personas haciendo uso del lenguaje.
>
> En la interacción comunicativa podemos encontrar la pública relacionándose con el interés para todos, por lo tanto se manifiesta con el criterio de apertura, de accesibilidad para los otros. Y la privada que corresponde al ámbito de lo individual, el proceso comunicativo que se da en una situación más personal que se sustrae de los otros que no han sido invitados a participar del proceso. (Psulenguaje ,2009, s.p.)

Emprendimiento comunitario**.**

El emprendimiento se trata del efecto de emprender, de tratar de surgir ya sea en alguna obra, un negocio o una comunidad que busca salir adelante y suele ser una aspiración que se desarrolla con esfuerzo y haciendo frente a diversas dificultades, esperando obtener de ello resultados positivos; acerca del tema Reddolac Group (s.n) en Emprendimiento Social manifiesta que:

> Los líderes sociales se encuentran en el cambiante escenario de la globalización que exige desarrollar estrategias que permitan unir esfuerzos para el logro de resultados, es decir el trabajo comunitario, solidario y participativo posibilita la competitividad requerida para una economía social, constituyéndose en una alternativa de desarrollo económico frente al modelo capitalista. Los mercados regionales, nacionales y extranjeros generan la necesidad de construir

> sostenibilidad social a través de fuerzas asociativas, de organizaciones solidarias, en donde la sinergia de recursos físicos, financieros y de talento humano logra de forma colectiva metas que no son posibles mediante el esfuerzo individual. (Reddolac Group, Emprendimiento Social, p. 1)

Un punto importante para poder comprender el Emprendimiento Social es saber diferenciar el social con el emprendimiento de negocios o comercial, ya que uno busca el desarrollo de una comunidad o pueblo y otro el crecimiento económico, lo que genera en ambos comportamientos tanto sociales como económicos.

> Se proyecta que el Emprendimiento Social logre transformaciones desde la base de la estructura social, desde los ciudadanos anónimos con organizaciones sencillas, comunicación asertiva y que se destaquen por el apoyo mutuo o desde una actitud solidaria que se encuentra entre las personas que se reúnen para progresar y mejorar su calidad de vida. Este es el emprendimiento que se vislumbra en un corto y mediano plazo, conservando la identidad, el bienestar social, equitativo e incluyente en lo económico, cultural, político, ecológico y tecnológico. (Reddolac Group, Emprendimiento Social, p. 1)

Podemos decir que la creación de un medio de comunicación en algún sector donde no exista uno como tal, formaría parte del emprendimiento social ya que este ayudaría a las comunidades a resolver problemas que no les permitan desarrollarse y crecer de forma adecuada.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Recursos materiales:

- Material de escritorio.
- Computadora.
- Filmadora.
- Cámara fotográfica.
- Grabadora de audio.

Métodos

La presente investigación fue realizada por medio de procesos sistemáticos y ordenados que requiere de métodos como:

* **Método científico:** es un procedimiento para descubrir las condiciones en que se presentan los sucesos específicos, caracterizado generalmente por ser tentativo, verificable, de razonamiento riguroso y observación empírica.
* Este método sirvió de base para la investigación, pues estuvo presente desde la elaboración del proyecto y continuó hasta la culminación de la tesis, además está presente en la conceptualización de las variables, en el momento de recolección y análisis de los datos, en la observación y registro de datos obtenidos, el establecimiento de conclusiones y en base de estas, las recomendaciones y el planteamiento de la propuesta.
* **Método inductivo:** Se Empleó el método inductivo para la observación de los hechos particulares y a partir de ellos construir proposiciones generales. Esto permitió hacer un estudio acerca de los métodos técnicas y procedimientos que se aplicaron en cuanto a la comunicación del sector y con ello establecer conclusiones al respecto, mediante las encuestas aplicadas para obtener la información necesaria para la investigación.
* **Método deductivo:** Mediante este método se ha podido analizar y determinar cómo el problema puede afectar a la comunidad marcabelense y cómo influye en el desarrollo social y económico del cantón. Gracias a este método y los resultados obtenidos se pudo elaborar las conclusiones y recomendaciones.

* **Método analítico:** fue empleado en al análisis de la información teórica y empírica.
* **Método sintético:** permitió elaborar las conclusiones, recomendaciones y establecer una propuesta, que servirá como una guía para la solución del problema.
* **Método de observación:** permitió el registro visual de lo ocurre, es una situacional real, clasificando y consignando los acontecimientos pertinentes de acuerdo con algún esquema previsto y de acuerdo a los aspectos a evaluar.

Técnicas

Con el fin de recolectar toda la información que permita realizar la investigación se utilizó la siguiente técnica.

* **Encuesta:** esta técnica fue dirigida a los habitantes del cantón Marcabelí lo que permitió conocer sus criterios acerca del punto principal de nuestra investigación, y se la realizó mediante un instrumento llamado cuestionario que facilitó la recolección de la información necesaria.

Procedimientos

1. Para cumplir con el primer objetivo del tema se procedió a determinar los conceptos y categorías básicas con un mapa mental, con el fin de buscar información que permita realizar un escrito que explique sobre los medios de comunicación escritos como estrategias de comunicación ciudadana.

2. Para cumplir con el segundo objetivo se realizó un análisis para determinar el grado de pertinencia en la creación de un medio de comunicación escrito en el cantón, para ello se utilizó la encuesta.

3. El tercer objetivo fue logrado mediante la aplicación de las encuestas a la población para adentrarnos al conocimiento de los problemas que aquejan a este sector.

4. Para poder cumplir con el cuarto objetivo se formuló una propuesta orientada a la intercomunicación en el cantón Marcabelí, para ello se construyó un proyecto en el que se incluyó todo lo referente a la edición del medio de comunicación impreso, como diagramación, secciones, color, accionistas, costos, etc.

5. El quinto objetivo se realizó mediante una reunión entre accionistas del medio de comunicación impreso, la que fue filmada, lo que permitirá la validación del mismo.

* **Cálculo de la muestra**

Formula estadística aplicada a los habitantes del cantón Marcabelí de la provincia de El Oro.

$$n = \frac{N z^2 \, pq}{(N-1)e^2 + z^2 \, pq}$$

Simbología

n = Tamaño de muestra =?

N = Población de estudio = 5450

e^2 = Margen de error = 7%

z^2 = nivel de confianza = 1.96^2

$$n = \frac{5450 * 3.8416 * 0.25}{(5450-1)0.07^2 + 3.8416 \quad * 0.25}$$

$$n = \frac{5234.18}{27.6605}$$

n= 189.22

f. RESULTADOS

Resultados

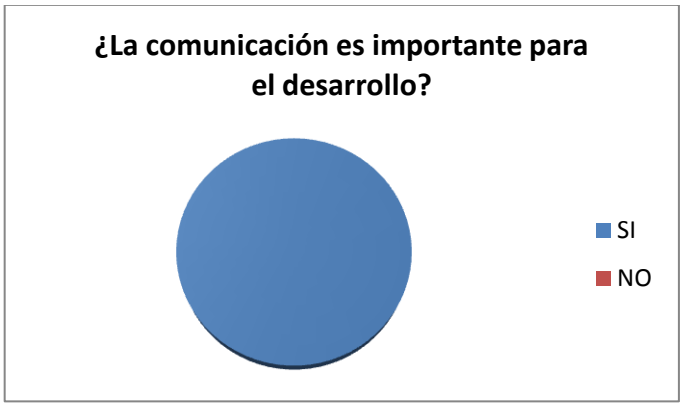
1) ¿Cree usted que la comunicación es un factor importante para el desarrollo de los pueblos?

Cuadro 1.

Variable	F.	Porcentaje
SI	189	100
NO	0	0
TOTAL	189	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Marcabelí de la provincia de El Oro.
Autoría: Estalin Javier Ramírez Olaya.

Gráfico 1



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

A criterio de todos los encuestados, la comunicación es muy importante ya que permite a las personas expresar sus sentimientos, preocupaciones, necesidades y permite deliberar, opinar sobre temas importantes para su propio bienestar.

Esta opinión, ratifica el criterio que la comunicación es esencial para el desarrollo de los pueblos; sin ella, las personas no lograrían entenderse, plantear ideas, debatirlas en búsqueda de un bien común y así poder salir adelante.

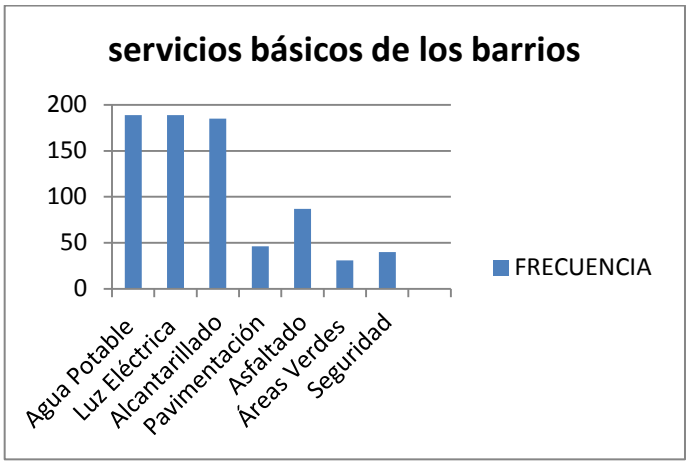
2) **¿Con qué servicios básicos cuenta su barrio?**

Cuadro 2.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Agua Potable	189	100
Luz Eléctrica	189	100
Alcantarillado	185	98
Pavimentación	46	24
Asfaltado	87	46
Áreas Verdes	31	16
Seguridad	40	21

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Marcabelí de la provincia de El Oro.
Autoría: Estalin Javier Ramírez Olaya.

Grafico 2



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos, podemos establecer que en Marcabelí no todos los encuestados cuentan con los servicios básicos planteados: el 100% cuenta con agua potable y luz eléctrica; pero en cuestión de alcantarillado el porcentaje se reduce al 98%, en pavimentación el 24%, en asfaltado el 46%, en áreas verdes (recreativas) al 16% y en seguridad al 21%.

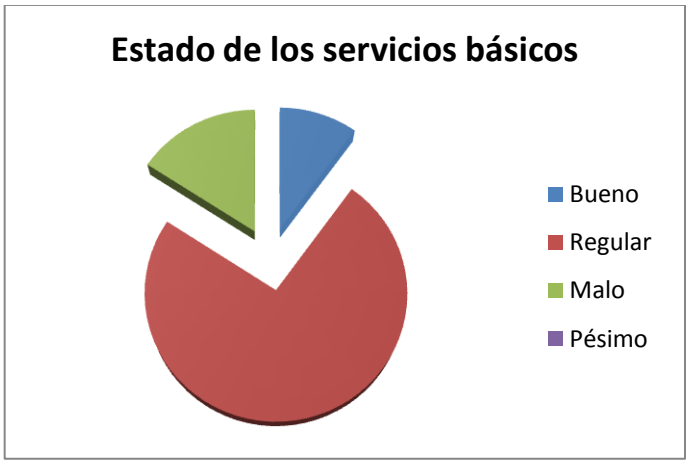
Lo anterior refleja que hay varios servicios básicos que no los posee gran parte de la población, y allí pueden jugar un importante papel los medios de comunicación, ya que a través de ellos no solo que se puede hacer llegar las necesidades a los organismos responsables, sino que se puede denunciar o presionar para que se doten de estos servicios.

3) ¿En qué estado considera usted se encuentran estos servicios básicos?
Cuadro 3.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bueno	19	10
Regular	140	74
Malo	30	16
Pésimo	0	0
TOTAL	189	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Marcabelí de la provincia de El Oro.
Autoría: Estalin Javier Ramírez Olaya.

Gráfico 3



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

La mayoría de encuestados, es decir un 74% califica de regular a estos servicios básicos, frente a un 16% que los considera malos y un 10% expresa que son buenos.

Como podemos observar, una gran mayoría señala que los servicios básicos no se encuentran en buenas condiciones, lo cual nos hace pensar que la falta de comunicación influye para que estos no tengan la atención debida por parte de las autoridades, con esto se busca que la comunicación en el sector mejore y por ende buscar soluciones para diversas situaciones que se puedan presentar en el sector.

4) ¿cree usted que los servicios básicos deben mejorar en el sector?

Cuadro 4

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	185	98
NO	4	2
TOTAL	189	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Marcabelí de la provincia de El Oro.
Autoría: Estalin Javier Ramírez Olaya.

Gráfico 4

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Un 98% de los encuestados señala que los servicios básicos deben mejorar en el sector, aduciendo que falta trabajar más en ellos y en los que faltan.

Con la implementación de un medio de comunicación escrito se puede mejorar la situación en el sector no solo en los servicios básicos sino en todos los problemas que existen en el sector a causa de un medio de comunicación que además de dar a conocer

los problemas de la comunidad ayude a la misma a mantenerse informada de lo que sucede a su alrededor

5) **¿Han recibido la visita de personas preocupadas por la difusión de las necesidades de su barrio?**

Cuadro 5.

ITEM	FRECUENCIA	%
SI	13	7
NO	176	93
TOTAL	189	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Marcabelí de la provincia de El Oro.
Autoría: Estalin Javier Ramírez Olaya.

Gráfico 5

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Analizando la pregunta 5 se encontró que el 93% de los encuestados no han recibido la visita de personas preocupadas por la difusión de las necesidades que atraviesan en su barrio, frente a un 7% que manifiesta que si ha recibido a personas con el fin de conocer las necesidades mas no de difundirlas.

En este caso es evidente el poco interés por realizar un estudio de la comunicación en el sector que ayude a la comunidad a difundir sus necesidades y a mantenerse informada.

6) **¿Cree usted que es necesaria la implementación de un medio de comunicación que ayude a solucionar los problemas de la comunidad en el sector?**

Cuadro 6.

ITEM	FRECUENCIA	%
SI	189	100
NO	0	0
TOTAL	189	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Marcabelí de la provincia de El Oro.
Autoría: Estalin Javier Ramírez Olaya.

Gráfico 6

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Analizando la pregunta 6, vemos que el 100% considera necesaria la implementación de un medio de comunicación que ayude a solucionar los problemas de la comunidad en el sector.

Es evidente la falta que hace un medio de comunicación en el sector, el 100 por ciento de los encuestados así lo demuestran, en cuadros anteriores ya se ha podido ver las necesidades que atraviesan sus habitantes por lo que es necesaria la implementación de un medio de comunicación comprometido con el desarrollo del cantón y sus habitantes.

7) **¿Le gustaría informarse de noticias, deporte, cultura, comunidad, etc. A través de un medio de comunicación impreso?**

Cuadro 7.

ITEM	FRECUENCIA	%
SI	178	94
NO	11	6
TOTAL	189	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Marcabelí de la provincia de El Oro.
Autoría: Estalin Javier Ramírez Olaya.

Gráfico 7

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Analizando la pregunta 7 tenemos que el 94% de los encuestados está interesado en recibir información en cuanto a noticias, deporte, cultura, comunidad, etc. A través de un medio de comunicación impreso, frente a un 6% que manifestó que no porque prestan mayor atención a la televisión.

Además de la ayuda brindada a la comunidad, el medio de comunicación debe informar a la ciudadanía de lo que ocurre a su alrededor y a su vez contribuir con la educación de la misma, realizando publicaciones que ayuden a este objetivo.

8) **¿Considera usted importante la creación de un medio de comunicación escrito por el cual se pueda informar y manifestar las necesidades de su barrio?**

Cuadro 8.

ITEM	FRECUENCIA	%
SI	189	100
NO	0	0
TOTAL	189	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Marcabelí de la provincia de El Oro.
Autoría: Estalin Javier Ramírez Olaya.

Gráfico 8

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Un medio de comunicación a más de informar debe educar y tratar de ayudar a la sociedad.

Analizando la pregunta 8 encontramos que el 100% de los encuestados consideran importante la creación de un medio de comunicación escrito con el que se informaran y en el que podrán manifestar las necesidades de sus barrios.

Lo que nos ayuda a conocer sobre la importancia y la factibilidad de implementar un medio de comunicación escrito en el cantón.

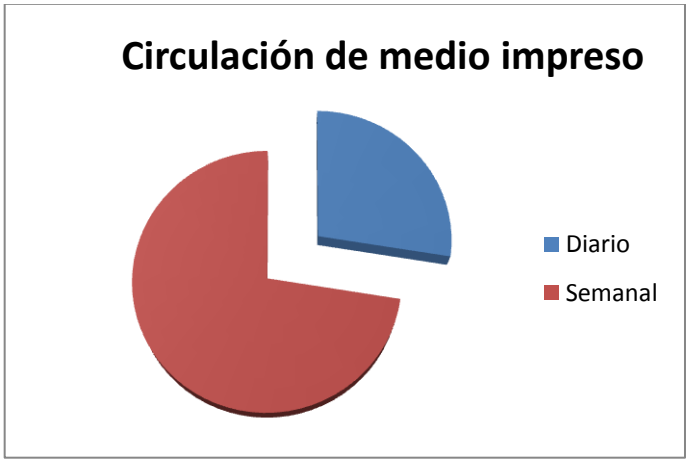
9) **¿En caso de la respuesta anterior fue positiva ¿Con que frecuencia debería circular el medio de comunicación impreso?**

Cuadro 9.

ITEM	FRECUENCIA	%
Diario	52	28
Semanal	137	72
TOTAL	189	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Marcabelí de la provincia de El Oro.
Autoría: Estalin Javier Ramírez Olaya.

Gráfico 9



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Analizando la pregunta 9 vemos que el 72% de los encuestados manifestó que el medio de comunicación impreso debería circular semanalmente porque es un cantón pequeño, frente a un 28% que expresó que sería bueno que circule a diario.

Lo que nos da una pauta para la planificación de creación del medio de comunicación, en un inicio se pensaba que este medio podría ser diario, pero como podemos observar el 72% de los encuestados consideran que este debe circular semanalmente por diferentes razones.

10) ¿Cree que mejoraría la intercomunicación entre los habitantes del cantón Marcabelí con la creación de un medio de comunicación escrito, que informe y ayude a la solución de problemas de la comunidad?

Cuadro 10.

ITEM	FRECUENCIA	%
SI	189	100
NO	0	0
TOTAL	189	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Marcabelí de la provincia de El Oro.
Autoría: Estalin Javier Ramírez Olaya.

Gráfico 10

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En este caso el 100% de los encuestados está de acuerdo que mejoraría la intercomunicación entre los habitantes del cantón con la creación de un medio de comunicación escrito que ayudará a solucionar los diferentes problemas de la comunidad marcabelense; lo que demuestra que para conseguir una buena intercomunicación, es necesario un medio óptimo de conexión entre el emisor y el receptor.

g. DISCUSIÓN

Hipótesis General:

Si se diseña y ejecuta un medio de comunicación escrito se mejorará la intercomunicación entre los habitantes del cantón Marcabelí.

En el cantón Marcabelí de la provincia de El Oro no existe un medio de comunicación por el cual sus habitantes se mantengan informados y por los que puedan difundir las diferentes necesidades que atraviesan sus barrios. En el cuadro 1 podemos darnos cuenta que el 100% de los habitantes de dicho cantón consideran importante a la comunicación ya que sin ella no sería posible el adelanto de los pueblos.

Con la ausencia de un medio de comunicación por el cual las personas puedan mantenerse informadas de lo que sucede a su alrededor y manifiesten las necesidades de sus barrios es muy probable de que falten varios de los servicios básicos o que los existentes se encuentren en mal estado. En el cuadro 3 podemos ver que el 74% de los encuestados califican a los servicios básicos como regulares y un 16% como malos.

Así mismo podemos evidenciar en el gráfico 4 y 5 que la gran mayoría de los encuestados en un 98%, consideran que los servicios básicos deben de mejorar en el sector, porque a más de ser un derecho, ellos pagan los impuestos y necesitan que estos sean de calidad; y, un 93%, asegura que no han recibido la visita de personas preocupadas por la difusión de las necesidades de su barrio; lo que implica la importancia de un medio de comunicación impreso en el sector que ayude a la comunidad.

En el gráfico 6 vemos que el 100% de los encuestados, considera que es necesaria la implementación de un medio de comunicación que ayude a solucionar los problemas de la comunidad, por ejemplo uno de los problemas existentes es que no todos los barrios cuentan con todos los servicios básicos y los que existen no se encuentran en buen estado, la comunidad no cuenta con un medio de comunicación por el cual se mantenga informada de lo que sucede. Con la implementación de un medio de

comunicación se daría a conocer los diferentes problemas para que las autoridades pertinentes tomen cartas en el asunto, además de brindar información de calidad sobre lo que sucede.

En el cuadro 8 podemos observar que el 100% está de acuerdo con que el medio de comunicación a implementar sea un medio de comunicación escrito, para mediante este informarse y poder manifestar los problemas de la comunidad.

En el cuadro 9 podemos darnos cuenta de que el medio impreso circulará semanalmente, tomando en cuenta la opinión del 72% de los encuestados que así lo prefieren.

La hipótesis ha sido comprobada, pues los resultados nos dan a conocer que la intercomunicación entre los habitantes del cantón Marcabelí mejorará con la implementación de un medio de comunicación escrito, un medio responsable y comprometido con la comunidad para el desarrollo de la misma.

h. CONCLUSIONES

Una vez realizada la investigación se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Es muy importante la comunicación para el desarrollo de los pueblos; el 100% de los encuestados afirman que la comunicación es un factor muy importante ya que si no existiera no fuera posible que un pueblo avance.

- Los barrios del cantón Marcabelí como consecuencia de la falta de un medio de comunicación no logran que las autoridades conozcan sus necesidades por lo que no cuentan con todos los servicios básicos, y los existentes no se encuentran en buen estado.

- La comunicación es un elemento importante indispensable para el desarrollo de un pueblo, sin comunicación no es posible el adelanto de los pueblos, en este caso del cantón Marcabelí; un medio de comunicación a más de informar, educa y entretiene, siempre y cuando el manejo del mismo sea responsable.

- Este cantón no cuenta con un medio de comunicación que ayude a solucionar los problemas de la comunidad, por lo tanto tampoco existen personas preocupadas por la difusión de las diferentes necesidades de los barrios.

- El 100% de las personas están de acuerdo con la creación de un medio de comunicación escrito por lo que se cree importante la creación del mismo que ayude a la difusión de los problemas de la comunidad.

i. RECOMENDACIONES

- Se recomienda la creación de un medio de comunicación escrito cuya circulación se realice de forma semanal, frecuencia preferida por el mayor porcentaje de los encuestados, esto en vista de que en el cantón Marcabelí no existe un medio de comunicación por el cual sus habitantes es encuentren informados de lo que sucede en el sector y por el cual puedan manifestar las necesidades de su barrio.

- Se recomienda a las personas emprendedoras de Marcabelí apoyar a la creación de este medio de comunicación escrito cuya realización y manejo sea responsable y comprometido a informar y ayudar a la comunidad marcabelense.

- Se recomienda que el medio de comunicación esté conformado por un grupo humano con ética, valores, comprometidos a trabajar siempre con la verdad y en beneficio de la comunidad marcabelense.

- Se recomienda a las autoridades, tomar en cuenta las diferentes necesidades que atraviesan los barrios del cantón y lograr solucionarlos.

- Se recomienda a las instituciones educativas, utilizar el semanario "Informativo Marcabelí", ya que a más de informar, cumplirá con un rol educativo en la comunidad.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

TITULO

ENTREGA DE INFORMACIÓN OPORTUNA Y VERAZ DE LOS SUCESOS IMPORTARTES Y DE LOS DIFERENTES PROBLEMAS POR LOS QUE ATRAVIESA LA COMUNIDAD MARCABELENSE, A TRAVÉS DE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN ESCRITO (SEMANARIO)

Propuesta alternativa

AUTOR: Estalin Javier Ramírez Olaya

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Wilman Merino Alberca Mg. Sc.

Loja – Ecuador

2015

PROPUESTA ALTERNATIVA

Título:

ENTREGA DE INFORMACIÓN OPORTUNA Y VERAZ DE LOS SUCESOS IMPORTARTES Y DE LOS DIFERENTES PROBLEMAS POR LOS QUE ATRAVIESA LA COMUNIDAD MARCABELENSE, A TRAVÉS DE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN ESCRITO (SEMANARIO)

1. PRESENTACIÓN

La prensa escrita es muy importante debido al tratamiento que se le dé a las noticias, también es un espacio donde podemos encontrar varios puntos de vista, columnas de opinión, la editorial, entre otros, creando conceptos estructurados en la sociedad, por esto a pesar del surgimiento de la nuevas tecnologías no tiende a desaparecer si no a transformarse.

Decimos que no tiende a desaparecer porque es un medio muy significativo al que podemos recurrir a él cada vez que queramos porque la información no es fugaz como sucede en otros medios de comunicación como la radio o en la televisión sino que las palabras quedan plasmadas en el papel.

En los medios de comunicación se redacta las noticias tomando en cuenta la pirámide invertida que consiste en escribir organizando la información de mayor a menor importancia considerando también las preguntas de rigor que son: qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué; todo esto con el fin de llamar la atención del lector y lea nuestras noticias.

Un medio de comunicación impreso ayuda a la ciudadanía a mantenerse informada de todo lo que sucede a su alrededor y a su vez ayuda a difundir las diferentes necesidades que tienen los diferentes sectores de los pueblos.

Actualmente el cantón Marcabelí de la provincia de El Oro no cuenta con un medio de comunicación que ayude a informar de lo que sucede en el sector y mucho menos por el

cual se dé a conocer los diferentes problemas por los que atraviesan sus barrios, razón por la cual vemos la necesidad de implementar un medio de comunicación impreso (periódico) que informe y ayude a la solución de problemas. Un medio de comunicación con el cual la gente se encuentre identificada y pueda formar parte de él, propuesta que será socializada con los habitantes del sector.

Justificación

La comunicación en un factor significativo e indispensable para el desarrollo positivo de los pueblos.

Es importante la creación de un medio de comunicación impreso en el cantón Marcabelí médiate el cual se informe a la ciudadanía de los hechos de mayor trascendencia en el sector así como dar a conocer los diferentes problemas que existen para poder buscar una solución.

Periódico que se convertirá en la vos de aquellos que muchas veces no son escuchados no

Objetivos

General

Crear una alternativa de comunicación por medio de la cual los habitantes del cantón Marcabelí se encuentren informados de los diferentes sucesos que se presentan a su alrededor el mismo que ayudará a la comunidad marcabelense a difundir los problemas que existen en sus barrios para poder buscar una pronta solución

Específicos

- Lograr que la comunidad marcabelense se encuentre bien informada.
- Integrar a la comunidad en la participación del medio impreso (semanario).
- Mejorar la calidad de vida de los habitantes del cantón.
- Colaborar con los diferentes barrios en la solución de problemas.
- Crear fuentes de trabajo en el sector.

Diseño del medio de comunicación impreso

- **Nombre del periódico:** Informativo Marcabelí**.**
- **Reportero:** Estalin Ramírez. (Posibles colaboradores)
- **Fotógrafo:** Estalin Ramírez, (Fotografía a color, con buena resolución)
- **Circulación:** Semanal.
- **Secciones:** Cultura, deporte, turismo, social, comunidad, entretenimiento, política.
- **Diagramación:** Tabloide. (diseño llamativo)
- **Número de páginas:** de 8 a 12.
- **Artículo de opinión:** Estalin Ramírez.
- **Editorial:** El medio.

Metodología

Materiales:

- Escritorio
- Mesas
- Sillas
- Computadora.
- Impresora.
- Memoria USB
- Cámara Nikon D3200, 24.2 mpx. Full HD
- Grabadora de voz
- Programa InDesign
- Programa Photoshop.
- Materiales de oficina.

Procedimiento

La propuesta será ejecutada en el cantón Marcabelí de la Provincia de El Oro; su circulación será de forma semanal, y tendrá un costo de 0.50 centavos de dólar además de la venta de publicidad y propaganda.

Presupuesto

Inversión inicial

RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora	U	2	600.00	1200.00
Cámara Profesional Nikon D3200	U	1	1000.00	1000.00
Grabadora de Voz	U	2	80.00	160.00
Flash memory 16 Gb.	U	3	15.00	45.00
Escritorios	U	3	80.00	240.00
Sillas	U	9	10.00	90.00
Impresora	U	1	60.00	60.00
TOTAL				2795.00

GASTOS MENSUALES

RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Servicio de internet	U	1	45.00	45.00
Impresión de periódico	U	2000	0.40	800.00
Transporte	U	100.	1.00	100.00
Imprevistos	-	-	.	100.00
Arriendo de oficina	U	3	50.00	150.00
TOTAL				1195.00

PERSONAL

PUESTO	NUMERO DE PERSONAL	SALARIO
Maquetador	1	160.00
Reportero y redactor jefe	1	818.00
Encargado de ventas	1	354.00
Total		1332.00

ACTA DE SOCIALIZACIÓN DE LA PROPUESTA

Siendo las 16h00 del día sábado 19 de julio del 2014 se procedió a socializar la propuesta alternativa del presente trabajo investigativo, la que consiste en la creación de un medio de comunicación escrito que circulara de forma semanal en el sector, socialización que tuvo lugar en las instalaciones de la marisquería Titanic II de propiedad de la señora Martha Vélez.

Dicha socialización inició con la presencia de varios moradores del cantón a quienes se les brindó información sobre los datos más importantes de la investigación así como la propuesta alternativa.

- **Descripción de la intercomunicación entre los habitantes del cantón Marcabelí a través de un medio de comunicación escrito**
- **Se tiene una propuesta estructurada por:** La creación de un medio de comunicación impreso, en la que consta diagramación, secciones, color, costos, circulación, etc.
- **Resultados de la socialización:**

La socialización de dicha propuesta re realizó con normalidad, los asistentes estuvieron totalmente de acuerdo con lo expuesto, y manifestaron que es importante que alguien se preocupe por la difusión de las necesidades de los barrios y los diferentes problemas que se presentan.

Martha Vélez, propietaria del local, manifestó que es una propuesta interesante ya que por medio de esto se puede generar fuentes de trabajo para diferentes personas.

La invitación a los habitantes del cantón para esta socialización fue realizada mediante llamadas telefónicas y en algunos casos personalmente, acudiendo a diferentes barrios.

Se utilizo un proyector, parlantes, y material de papelería; los asistentes quedaron satisfechos, felicitando la iniciativa.

MODELO DE SEMANARIO INFORMATIVO MARCABELÍ

INFORMATIVO Marcabelí

www.informativomarcabeli.com | Viernes 3 de julio de 2015 | EDICIÓN LOCAL

Exglorias de Audaz Octubrino juegan amistoso en Marcabelí

Las exglorias del Audaz Octubrino que en su momento, dieron muchas alegrías a la provincia de El Oro, jugarán esta tarde un cotejo amistoso ante la selección de fútbol de Marcabelí.

AGRICULTORES DE MARCABELÍ RECIBIERON KITS PARA COMBATIR PLAGA DE LA ROYA DEL CAFÉ

El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (Magap) y el Gobierno Provincial Autónomo de El Oro (GPAO) entregaron a campesinos de los cantones de Marcabelí y Balsas kits para combatir la Roya del café.

PAG 6

Génesis Sánchez Erráez Es La Nueva Soberana Del Cantón

PAG 4

Acuacultura y Pesca

PAG 7

1800 Productores Orenses Se Benefician Con La Entrega De Fertilizantes Por Parte Del Magap

Reparación de motores a diesel y gasolina
Cambios de aceite y más

Proyecto Marbal, Un Compromiso Con La Naturaleza

Ing. Milton Cueva Gerente Del Proyecto Marbal

Los cantones Balsas y Marcabelí se unieron con el propósito de crear el proyecto llamado MARBAL, que sirve de beneficio para los dos cantones, proyecto que consiste en el manejo integral de los desechos sólidos y de esa manera contrarrestar la contaminación del medio ambiente.

El inicio de este proyecto contó con 20 promotores los cuales visitaban puerta a puerta para indicar a la ciudadanía el proceso de separación de la basura, siendo así la separación en el domicilio.

La recolección de la basura orgánica se realiza los lunes, miércoles, viernes y lo inorgánico los días martes y jueves, la razón por la que se da de esta manera la recolección de los desechos según lo manifiesta Milton Cueva, gerente encargado del proyecto, es porque si se deja la basura inorgánica desde el día viernes hasta el lunes traería inconvenientes en los hogares por la descomposición de la misma.

El recolector recoge la basura y la transporta hasta la planta procesadora; en el caso de lo orgánico el personal se encarga de separar, lo que por equivocación la gente mezcla en sus casas para poder triturar y dejar por un tiempo hasta que se descomponga, una vez descompuesto se prepara el abono bochashi con una parte de tierra, melaza, levadura, ceniza, estiércol de cerdo, res y microorganismos eficientes , elementos que serán ubicados en una maquina cuyo trabajo será el de revolver con el fin de ventilar y mezclar todos los ingredientes para el proceso final que consiste en zarandear el material con el fin de que no queden residuos plásticos o de cualquier material inorgánico.

Separación de la basura

Construyen Techo En Iglesia Matriz Del Cantón

Las necesidades del Templo Matriz del cantón Marcabelí son muchas, pero poco a poco, gracias a las gestiones del Párroco y a la ayuda desinteresada de muchas personas de buen corazón, se ha logrado que se finalice en un primera instancia la construcción del techo, para con ello prevenir el deterioro de las bases altas que con la temporada de lluvia el agua se filtraba hacia el interior, provocando incomodidad al momento de realizarse las misas y demás eventos religiosos.

Moradores Del Barrio Nueva Esperanza Expresan Malestar Por El Deterioro De Vía

Las lluvias crecen y con ello las necesidades de los habitantes de varios sectores del cantón, como es el caso del barrio Nueva Esperanza, la calle Guadalupe Vidal no cuenta con asfalto causando gran malestar.

"Es de gran preocupación el no poder contar con una calle asfaltada o pavimentada, así mismo ocurre con los bordillos y canaletas, que existen pero mal hechas, con las lluvias esto se convierte un rio y se va deteriorando cada vez mas" manifiesta Gloria Ordoñez, habitante del sector.

La comunidad exige mayor atención por parte de las autoridades con el fin de solucionar los problemas que se presentan.

Elección De Reina Del Altiplano Se Vivió En El Cantón

En una imponente gala efectuada este sábado, a las 21.00, en las amplias instalaciones de la unidad educativa "Luis Enrique Córdova", de Marcabelí, la hermosa representante del cantón Zaruma, María Patricia Apolo, fue designada nueva reina del altiplano Orense. Como Virreina quedó Emily Siguenza Samaniego, que representó al cantón Portovelo, y, Señorita Amistad, Marissa Curipoma Valarezo, del cantón Atahualpa.

El ingeniero Efrén Calozuma Armijos, Alcalde de Marcabelí, que está celebrando un año más de cantonización, fue el encargado de aperturar el programa trazado para el efecto, para seguidamente las ocho aspirantes al indicado título desfilaron en un esplendoroso escenario en trajes de coreografía, baño y noche frente a un selecto público que las aplaudió a cada momento de su salida.

Una vez proclamados los resultados por parte de los miembros del jurado calificador, las autoridades municipales y soberana y Virreina salientes, procedieron a la proclamación y coronación de las entrantes quienes recibieron, los trofeos y entrega de premios respectivos, para a continuación disfrutar del show artístico con las agrupaciones musicales Centauros y Quinto Mandamiento de Ambato.

Cabe destacar que en el intermedio de la elección de la nueva soberana del Altiplano, realizada la noche de este sábado, en la unidad educativa "Luis Enrique Córdova", se tuvo la presentación del Opening al ritmo de la música nacional y del rock and roll por del grupo de danza de Luxe Dance, dirigida por Dennis Fernando Elizalde.

Génesis Sánchez Erráez
Es La Nueva Soberana Del Cantón

La hermosa Génesis Sánchez Erráez, representante de la Cdla. San Vicente, resultó electa como la flamante Reina de Marcabelí, mientras Karim Maldonado Peláez, quedó Virreina.

El evento galante se cumplió en los patios de la escuela Luis Enrique Córdova e inició cerca de las 22h00 con la presentación de Doménica Elizalde, artista e hija de padres nativos del cantón.

Luego se dio la aparición de las cinco hermosas candidatas en pasarela con el opening y coreografía de D' Luxe dance.

Tras un breve receso, el evento continuó con la presentación en traje de baño donde las cinco bellas candidatas lucieron todos sus encantos frente al público y el jurado calificador integrado por Alejandra Añasco y Gabriela Dávila, reina de Piñas y Atahualpa, respectivamente, además el jefe policial de la zona alta orense, Mayor Marlon Guerrero.

La noche se encendió con la intervención musical de Los Búcaros de América, que llegaron desde la ciudad de Ambato para entregarles melodías del recuerdo en ritmo de baladas. El vocalista del grupo bajó del escenario y se dirigió hasta las autoridades invitadas a compartir voces al sonido musical de cada uno de los temas de antaño.

Continuando con el certamen de belleza, las cinco beldades desfilaron en traje de noche donde mostraron sus atributos y su belleza, pronto hubo la participación del grupo La Toquilla de la ciudad Portoviejo, provincia de Manabí, el público disfrutó de la música nacional.

Al final, el jurado entregó la calificación de cada una de ellas, nombrando las respectivas dignidades: Génesis Sánchez Erráez de 16 años que representó a San Vicente fue coronada como reina; Karim Maldonado Peláez, de 16 años representante de la cooperativa ganadera Marcabelí, Virreina; Angie Gallardo Pereira, que representó a la Asociación de Ganaderos San Francisco recibió la banda de Señorita Turismo; Selena Cristina Neira, señorita Feria Agropecuaria, represento a la Cooperativa de las camionetas CIMMAR-ANDES y Viviana Correa Rivas, señorita Municipalidad, representó al sitio San Antonio.

El evento concluyó a las 02h30 con un espectáculo de belleza y música en honor al Señor del Cautivo, Patrono del cantón.

Exglorias de Audaz Octubrino juegan amistoso en Marcabelí

Las exglorias del Audaz Octubrino que en su momento, dieron muchas alegrías a la provincia de El Oro, jugarán esta tarde un cotejo amistoso ante la selección de fútbol de Marcabelí.

El partido está programado para las 13h00 en el estadio de Liga Cantonal, donde acudirán Oscar Achilier, Galo Tenemaza, Sindulfo Melgarejo, Tony Mendoza, Marco Chica, los hermanos Lomas.

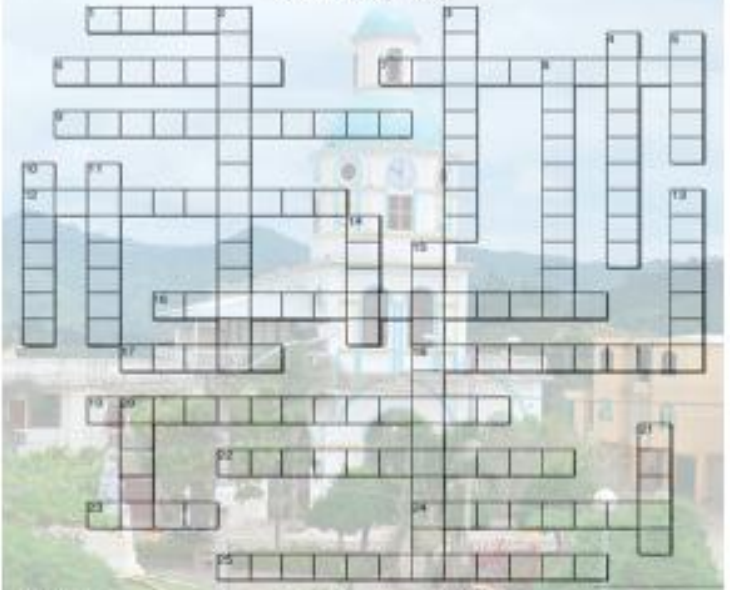
Será una tarde deportiva en la que departirán autoridades, deportistas y toda la población del cantón Marcabelí, que acudirán al estadio atendiendo una invitación del alcalde y del presidente de la Comisión de deportes, se dijo.

Para este compromiso, Pidep`s, entregó los uniformes para que las exglorias vistan con la histórica camiseta de Audaz Octubrino que logró el asenso en El Oro.

El gerente propietario de Pidep`s, Octavio Pizarro Nivelo, dijo que él siempre está apoyando a los deportistas de la provincia y al deporte en general y esta vez no podía ser la excepción con los exfutbolistas del Audaz Octubrino que se encuentran agremiados.

Edén de los Andes

Complete el crucigrama



Cruzada

1. Parque a la:
6. Escuela Fabres
7. Minas de
9. Sitio
12. Barrio El:
16. Vertiente de:
17. Calle Guadalupe:
18. Barrio Nueva
19. Fundador del cantón
22. Balneario Natural
23. Barrio Seis de:
24. Calle Batallón
25. Sitio

Abajo

2. Alcalde Actual
3. Sitio la:
4. Colegio Técnico:
5. Sitio el:
8. Calle Treinta de:
10. Barrio Nueva de:
11. Sitio el:
13. Escuela Luis Enrique:
14. Calle
15. Ex Alcalde
20. Sitio la:
21. Sitio el:

Agricultores De Marcabelí Recibieron Kits Para Combatir Plaga De La Roya Del Café

El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (Magap) y el Gobierno Provincial Autónomo de El Oro (GPAO) entregaron a campesinos de los cantones de Marcabelí y Balsas kits para combatir La Roya del café.

El acto se realizó en la Asociación de Productores de Café Especial de Marcabelí (Apecam), en donde se distribuyeron alrededor de 304 kits a beneficio de 122 productores de esta asociación y de la Organización de Productores Agropecuarios de Marcabelí (Apam).

Karina Córdova, directora Provincial Agropecuaria de El Oro, indicó que estas entregas se realizaron como parte del Proyecto de Reactivación de la Caficultura, que tiene por objetivo renovar las plantaciones con variedades de mayor producción resistentes a este hongo.

Esta labor se ejecuta de manera coordinada con otras instituciones en viveros de café que se encuentran ubicados en las comunidades Las Lajas, Piñas, Atahualpa, Zaruma y Marcabelí.

El Magap incorporó a técnicos de café a su equipo de trabajo, quienes actuarán como promotores de crédito para que las asociaciones y productores accedan a préstamos productivos del Banco Nacional de Fomento (BNF). POG/ Magap

Preocupación En Agricultores Por Fuertes Lluvias

Debido a una fuerte lluvia que se presento el pasado miércoles en el sector, se produjo el desbordamiento de la quebrada San francisco, lo que ocasionó que la vía que conecta al cantón con el sitio Jerusalén colapsara.

Existe preocupación en la comunidad ya que este es uno de los sectores importantes de la agricultura marcabelense, en especial por la producción de café.

"estamos preocupados porque es una vía que nos permitía llegar a nuestras fincas sin ningún inconveniente y ahora no es así, llegamos pero con dificultad y lo tenemos que hacer caminando, esperamos que las autoridades nos ayuden a solucionar este problema lo más pronto posible" expresó Manuel Asanza agricultor de la zona.

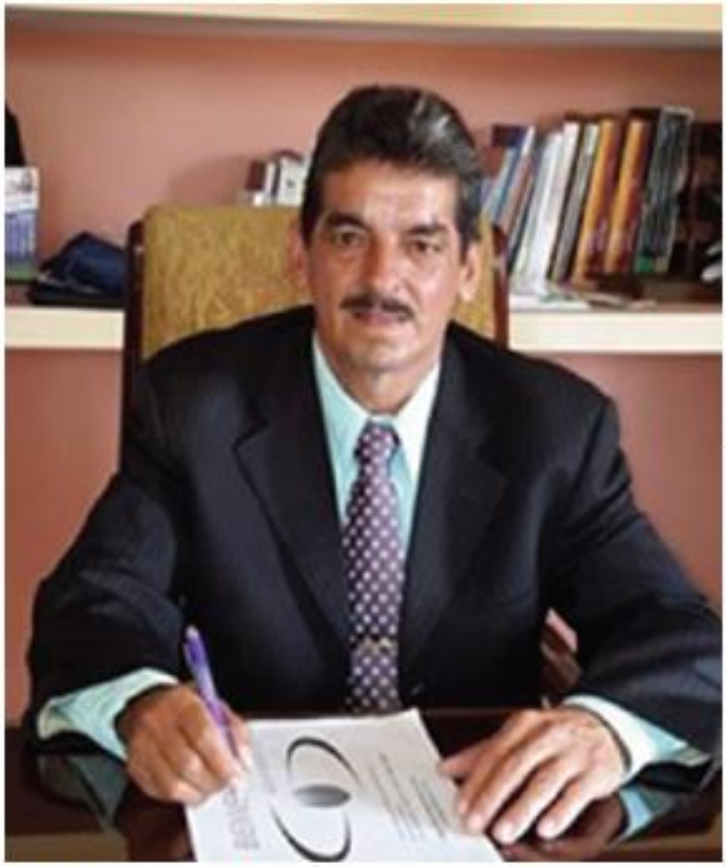
1800 Productores Orenses Se Benefician Con La Entrega De Fertilizantes Por Parte Del Ministerio De Agricultura, Ganadería, Acuacultura Y Pesca (Magap)

A través del proyecto de Reactivación de la Caficultura cada productor recibirá en total 4 quintales por hectárea de fertilizante, el cual servirá para beneficio de sus plantaciones, ya que los beneficiaron corresponden al grupo que ha sembrado una variedad especial de café importada desde Brasil. Son pequeños y medianos productores, que están ubicados en diferentes puntos de la provincia de El Oro, y que se vieron afectados por la sequía de hace varias semanas, en este caso: Las Lajas, Marcabelí, Balsas, Zaruma, Piñas y Arenillas. Tengo algunas hectáreas sembradas que están creciendo bonito, y ahora con el abono seguro irán mucho mejor", Diego Gallardo, agricultor del cantón Marcabelí.

Karina Córdova, directora provincial agropecuaria de El Oro (e), indicó que para esta provincia han sido asignados 7 mil 200 sacos de fosfato diamónico, conocido como DAP; y 4 mil 402 sacos de 15-30-15, con un total de inversión de $ 382 mil 200 dólares. Expresó además que en los últimos días también llegaron 11 mil 600 frascos de un litro de abono foliar, los mismos que se entregarán en los siguientes días.

POLÍTICA

"No Quedó Un Municipio Muy Endeudado" Manifiesta Efrén Calozuma, Alcalde Del Cantón



Después de meses en frente de la administración municipal, el alcalde de Marcabelí, Efrén Calozuma Armijos, afirma que una vez recopilada toda la información administrativa y principalmente sobre el estado financiero, ya que asegura que la anterior administración dejó una deuda manejable. "Ventajosamente para nosotros no quedó muy endeudado el municipio, unas cosas pequeñas pero las estamos pagando poco a poco de acuerdo a las transferencias, para satisfacción de los marcabelenses hemos iniciado bien esta administración, afirma el alcalde. Además manifiesta que se está trabajando en vialidad porque al ser una zona agropecuaria requiere de buenos accesos, por eso la preocupación en esta administración será lograr la colocación de la carpeta asfáltica en la vía Marcabelí, Aguas Negras, El Tigre, (Las Lajas), igual La Palmerita hasta empatar a la Bocana.

TURISMO

Uno de los atractivos turísticos es el balneario La Chorrera, que se encuentra en la Parroquia El Ingenio, en la vía que conduce al Sitio El Rocío, este hermoso lugar se ubica en el río con el mismo nombre, naciendo de las entrañas del cerro del oso, es una mágica cascada que cautiva a quienes gustan del entorno natural; aquí existe vegetación que indica una alta biodiversidad, lo cual hace de sus paisajes una armonía natural.

Un lugar específicamente recomendado para ser visitado por personas de todas las edades que desean recrearse y realizar actividades fuera de rutina, en búsqueda de aventuras, emociones y el disfrute de la naturaleza.

Las nuevas tecnologías y la influencia en los jóvenes

ESTALIN JAVIER RAMÍREZ OLAYA

En los tiempos actuales la nueva tecnología se ha convertido en uno de los productos fundamentales del consumo de la modernidad, un problema que nos va afectando cada vez más, sobre todo a los jóvenes que nos dejamos influenciar por la publicidad de nuevas computadoras, nuevos teléfonos celulares etc.

No hay que negar que son herramientas que nos ayudan a resolver mucho nuestra vida, pero debemos preguntarnos como las estamos utilizando; vivimos en un mundo en el que día a día la comunicación en familia se está perdiendo y la comunicación entre amigos se está convirtiendo en algo electrónico.

En la actualidad es muy fácil encontrarse con personas pegadas a sus teléfonos celulares que muchas de las veces no prestan atención ni por donde caminan; es triste ver a niños que ya no les interesa jugar con un balón, con un yoyo, un trompo, etc. Sino que quieren mas bien estar en una computadora conectada a internet todo el día. Esto no está bien, hasta donde tendremos que llegar para darnos cuenta de que realmente esto no está bien, es hora de que padres de familia tomen cartas en el asunto para ir remediando esta situación; la tecnología avanza es cierto, no podemos mantenernos al margen de ella también es cierto, pero no por ello podemos abusar de lo que nos brinda, tenemos que tomar conciencia y darnos cuenta que alrededor hay gente con la que se puede conversar, reír, aprender etc. Sin necesidad de estar pegados a un aparato, eso nos haría tanto bien, solo tenemos que darnos cuenta de que en este mundo se vive mejor a lo natural.

Destrozos en Marcabelí

Caminos vecinales destrozados, la caída de los muros en el estadio, casas inundadas, el colapso de la red de alcantarillado y agua potable, y el riesgo de desbordamiento en la quebrada Jerusalén, son entre otros los estragos del invierno en Marcabelí. Maquinaria Municipal y del Consejo Provincial trabajan en la habilitación de las vías.

Ricardo Corella, director de Obras Públicas, informó que la vivienda de Wilmer Cabrera y una casa en la ciudadela San Francisco se vieron afectadas con el desbordamiento del río que atraviesa la ciudad, además las calles: Central, Quito, U Gallardo y Segundo León también sufrieron daños.

En la vía a Jerusalén se registraron varios deslaves, que según Corella, son provocados por los trabajos que se realizan en las minas de feldespato del sector, por lo que pidió regulaciones a las autoridades competentes.

Choque Entre Motos Dejó Un Fallecido

Un muerto y dos heridos dejó como saldo trágico un choque entre dos motos suscitado ayer a las 10.00, en el sector San Ramón, de Marcabelí.

La víctima fue identificada como Edmundo Gonzalo Espinoza Ordóñez, de 57 años, comerciante de pescado fresco y residía en Santa Rosa, mientras que Javier L. y su esposa, debido a que presentaban graves heridas, fueron transferidos a la clínica de Traumatología, de Machala.

Según se conoció, el ahora occiso se movilizaba desde Marcabelí con dirección a Balsas vendiendo pescado fresco.

Al llegar al sitio San Ramón, cerca del complejo turístico El Dorado trató de meterse a una guardarraya sin percatarse que en sentido contrario circulaba otra moto, que con tan mala fortuna se impactó; fruto de lo cual las tres personas quedaron tendidos en el asfalto.
Una llamada de auxilio permitió que elementos del Cuerpo de Bomberos y Salud de este cantón lleguen hasta el lugar del accidente, donde fueron recogidos y trasladados hasta el centro de Salud de Marcabelí, pero en el trayecto el comerciante falleció.

Javier L. y su conviviente, que habitan en la parroquia Bella María, de Balsas, se los transfirió a la clínica Traumatológica, en Machala.

INFORMATIVO
Marcabelí
www.informativomarcabeli.com

Moradores Del Barrio Nueva Esperanza Expresan Malestar Por El Deterioro De Vía

Las lluvias crecen y con ello las necesidades de los habitantes de varios sectores del cantón, como es el caso del barrio Nueva Esperanza, la calle Guadalupe Vidal no cuenta con asfalto causando gran malestar.

"No Quedó Un Municipio Muy Endeudado"

Manifiesta Efrén Calozuma, Alcalde Del Cantón

"Choque Entre Motos Dejó Un Fallecido

Un muerto y dos heridos dejó como saldo trágico un choque entre dos motos suscitado ayer a las 10.00, en el sector San Ramón, de Marcabelí.

PAG 10

j. BIBLIOGRAFÍA

1) ACEVEDO Jorge R. et al. (2013) *Construyendo ciudadanía y desarrollo desde la comunicación*. Asociación de Comunicadores Sociales Calandria. Primera edición. Lima – Perú.

2) Beltrán Luis Ramiro (2009) *Comunicación y desarrollo económico.* En: http://issuu.com/chasqui/docs/comunicaci_n_y_desarrollo_economico.

3) 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).*

4) Benko, G. 2009, Estrategias de comunicación y marketing urbano, *EURE Santiago*, *26*(79), 67-76.

5) Constitución de la República del Ecuador (2008) en: http://www.inocar.mil.ec/web/images/lotaip/2015/literal_a/base_legal/A._Constitucion_republica_ecuador_2008constitucion.pdf

6) CUENCA, Humberto, Imagen Literaria del Periodismo, ediciones de la Biblioteca de la Universidad Central de Venezuela, Caracas 1980. Consultado el 5 de junio del 2014 en:

http://dspace.unl.edu.ec:8080/jspui/bitstream/123456789/3070/1/GUARNIZO%20CONDOLO%20MAR%C3%8DA%20FERNANDA.pdf

7) Declaración Universal de los Derechos Humanos, (1948) en: http://unesdoc.unesco.org/images/0017/001790/179018m.pdf

8) ECO, Humberto "Periodismo y sociedad", Caracas 1998. Consultado el 18 de junio de 2014 en:

http://dspace.unl.edu.ec:8080/jspui/bitstream/123456789/3070/1/GUARNIZO%20CONDOLO%20MAR%C3%8DA%20FERNANDA.pdf

9) El Tiempo (1995). Manual de redacción, Printer Colombia, Bogotá, consultado el 8 de diciembre del 2013 de:

http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/losmediosdecomunicacion.htm

10) Graham Lizett y autores (2013) *Construyendo ciudadanía y desarrollo desde la comunicación*. Primera edición. Asociación de Comunicadores Sociales Calandria. Lima - Perú.

11) Grenouilloux Michel, versión española por Arriaga José Luis, Saber escuchar: Comprender, Anotar, Retener, consultado el 11 de diciembre del 2013, de libro impreso.

12) KAPUŚCIŃSKI Ryszard (2011) *Los Cinco Sentidos del Periodista.* Printed in Colombia por Nomos Impresores.

13) Loría Meneses Roger (2011). Comunicación Oral y escrita, guía de estudio, código 709, UNED, España. Ed. consultado el 17 de enero/2014, de: http://www.sisman.utm.edu.ec/libros/FACULTAD%20DE%20INGENIER%C3%8DA%20AGRON%C3%93MICA/CARRERA%20DE%20INGENIER%C3%8DA%20AGRON%C3%93MICA/03/expresion%20escrita/guiADIDActica-709-2012-3.pdf

14) Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios*. Barcelona.

15) Psulenguaje (abril 24, 2009). Interacción comunicativa oral y pública, consultado el 13 de noviembre del 2013, de http://psulenguaje-psulenguaje.blogspot.com/2009/04/interaccion-comunicativa-oral-publica-y.html

16) Reddolac.org. Emprendimiento Social, consultado el 13 de noviembre de 2013, de www.reddolac.org/group/colombia/forum/topics/emprendimiento-social-1

17) Rivas Quinto Jose Fredys (2017). Desarrollo Organizacional, consultado el 05 de febrero del 2014, de http://www.monografias.com/trabajos12/desorgan/desorgan.shtml

18) Rozas, E. (1997). La selección noticiosa, entre la importancia y el interés. Cuadernos de información.

19) Sampieri Hernández, etal (2010). Metodología de la investigación científica, México , ed. Mcgrawhiill

20) Sandoval, Carlos García y Al-Ghassani (1990). Anuar, *Inventario de los medios de comunicación en Costa Rica*, Escuela de ciencias de la comunicación, San José, consultado el 8 de diciembre del 2013, de:

http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/losmediosdecomunicacion.htm

21) Vivaldi Martin, Géneros Periodísticos, Editorial Paraninfo, Quinta Edición, Madrid 1993, consultado el 5 de junio del 2014 en:

http://dspace.unl.edu.ec:8080/jspui/bitstream/123456789/3070/1/GUARNIZO%20CONDOLO%20MAR%C3%8DA%20FERNANDA.pdf

k. ANEXOS

PROYECTO DE TESIS

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

PROYECTO DE TESIS

TEMA: "LA INTERCOMUNICACIÓN ENTRE LOS HABITANTES DEL CANTÓN MARCABELÍ A TRAVÉS DE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN ESCRITO".

ASPIRANTE: Estalin Javier Ramírez Olaya

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

Loja – Ecuador

2014

a. TEMA

"LA INTERCOMUNICACIÓN ENTRE LOS HABITANTES DEL CANTÓN MARCABELÍ ATRAVÉS DE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN ESCRITO".

b. PROBLEMÁTICA

Situación actual del problema:

En el cantón Marcabelí, de la provincia de El Oro, sus habitantes atraviesan por una serie de necesidades, que no les permiten desarrollarse mancomunadamente, uno de ellos es el de la comunicación, pues en el sector existió un semanario llamado "Informativo Marcabelí", así como una Radio, "Antena 10", medios por los cuáles la gente recibía información de lo que sucedía a su alrededor, pero luego dejaron de funcionar.

Actualmente la forma en que establecen comunicación los habitantes de este sector, es a través de formas antiguas, tradicionales, como son las convocatorias que se realizan por medio de asambleas populares o denominadas del pueblo, también reciben información durante los comunicados que se realizan en los homilías o por medio de megáfonos que emplea la municipalidad y otras instituciones con el fin de mantener informada a la ciudadanía de lo que se ejecuta en su beneficio, sin embargo existe dificultad para que todo ciudadano reciba o se halle enterado de lo que sucede en el medio.

La comunicación interpersonal que también se efectúa no causa gran efecto en el colectivo, por cuanto al tratarse de un proceso de persona a persona, esta se tergiversa y en vez de informar, desinforma, afectando el normal desenvolvimiento del diario vivir de cada miembro de la comunidad.

Ubicación y contextualización:

El cantón Marcabelí se halla situado al extremo Sur, en la parte meridional de la provincia de El Oro, la historia cuenta que estos lugares eran cubiertos de selva virgen, donde se extraviaron tres acémilas cargadas de bultos con la marca B L I, el dueño las busco infructuosamente preguntando siempre por las herramientas, lo que llegó a ser muy comentado, pues por primera ocasión la escuchaban mencionar. Nadie dio razón de ellas; con el paso del tiempo se le agrego inconscientemente la "e" a B L I y el sector fue conocido desde allí como Marcabelí.

La superficie de este cantón es de 148 Km2, con una altura de 680 metros sobre el nivel del mar y un clima entre 16 a 22 grados, su población es de aproximadamente 5.450 habitantes, posee una parroquia llamada El Ingenio, limita al norte con los cantones Piñas y Arenillas, al sur con la provincia de Loja, al este con el cantón Balsas y al oeste con el cantón Las Lajas; su cantonización tuvo lugar el 6 de mayo de 1986

Los habitantes del sector se dedican a la agricultura, ganadería y a la actividad comercial; cultivan caña de azúcar, maíz, y demás cultivos de ciclo corto, por su iniciativa industrializan la caña de azúcar realizando azúcar granulada, panela y licor.

Por lo anterior es menester buscar estrategias que planteen alternativas a la falta de comunicación de los marcabelenses. Es así que se formula el siguiente problema de investigación:

Problema:

¿CÓMO MEJORAR LA INTERCOMUNICACIÓN ENTRE LOS HABITANTES DEL CANTÓN MARCABELÍ A TRAVÉS DE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN ESCRITO?

Problema derivado 1

¿Cómo explicar la existencia los medios impresos como estrategia de comunicación ciudadano?

Problema derivado 2

¿Qué características tienen los proyectos de creación de medios impresos?

Problema derivado 3

¿Cuáles son las características socioeconómicas y culturales que justifican la creación de un semanario en el cantón Marcabelí?

Problema derivado 4

¿Cómo formular un proyecto para la creación de un periódico o un semanario?

Problema derivado 5

¿Cómo validar al proyecto de creación del periódico?

Delimitación del objeto de investigación

Temporal: La investigación se realizará de marzo a julio del 2014

Espacial: el trabajo de investigación será realizado en el cantón Marcabelí de la provincia de El Oro.

Unidades de Investigación: De las unidades de investigación se averiguará sobre la factibilidad de la elaboración del semanario a los personajes representativos del cantón Marcabelí.

c. JUSTIFICACIÓN

Justificación social:

La presente investigación se justifica en lo social, gracias a los aportes que dará la misma a la comunidad, dependiendo de los resultados que arroje este proyecto, se realizará una propuesta de solución, la que ayudará a los habitantes a mantener una mejor comunicación, y también lograra facilitar fuentes de trabajo.

Justificación académica:

Como estudiante de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja he decidido realizar el presente trabajo de investigación que me permitirá ampliar los conocimientos y poder formarme de excelente manera para poder enfrentar la dura tarea que me espera en la vida profesional, de una forma más humanista, con valores que nos permitirá ayudar a la colectividad; este es un punto muy importante el cual nos permitirá aprobar nuestro ciclo de estudios y por consiguiente nuestra graduación.

Justificación institucional:

La Universidad Nacional de Loja tiene como objetivo formar excelentes profesionales: críticos constructivos, capaces de vincularse con la sociedad en beneficio de la misma, lo que permitirá al estudiante desenvolverse de mejor manera en su vida profesional.

d. OBJETIVOS

General:

Mejorar la intercomunicación entre los habitantes del cantón Marcabelí a través de un medio de comunicación escrito.

Específicos:

1. Explicar teóricamente la existencia de los medios impresos como estrategia de comunicación ciudadana.

2. Caracterizar a los proyectos para la creación de medios impresos en ciudades pequeñas.

3. Determinar las características socioeconómicas y culturales que justifican la creación de un semanario en el cantón Marcabelí.

4. Formular un proyecto para la creación de un periódico o un semanario en el cantón Marcabelí.

5. Validar al proyecto de creación del periódico o un semanario en el cantón Marcabelí

e. MARCO TEÓRICO

DEFINICIÓN DE LA COMUNICACIÓN HUMANA

La comunicación entre los seres humanos se define como un proceso sistémico que permite la interacción entre dos o más personas mediante un mismo código.

Este proceso se caracteriza por interrelacionar, aparte de los agentes actuantes, un mensaje, un canal, un referente, una situación; todos ubicados dentro de un mismo contexto.

Cabe reafirmar que en esta comunidad, cada persona tiene una gama de situaciones particulares (vivencias, experiencias, principios, creencias, entre otras), esta la hace distinta de las demás, aunque existen estructuras coincidentes, entre los integrantes de un grupo sociolingüístico determinado. Esto permite mayor dinamismo en el acto comunicativo.

Hernández (1999), en relación con este tema afirma lo siguiente:

"La comunicación es un acto dinámico en el que los sujetos entran en contacto, cada uno con su forma de ser (…) Es, por tanto, un encuentro de mentes y realidades." (p.6).

Según el libro del curso (Comunicación oral y escrita, de Fonseca, Socorro y otros, 2011), "La expresión, como un término general, hace referencia a aquel discurso que manifiesta, pero cuya recepción no es segura. Es decir, la interpretación del mensaje queda flotando, pues en el momento de su emisión, no se constata un agente receptor."

La Intercomunicación

"Es la capacidad y necesidad de transmisión recíproca de información, datos, conocimientos, experiencias entre dos o más personas, seres vivos, lugares o mecanismos.

Para conseguir una buena intercomunicación es necesaria la existencia de un medio óptimo de conexión entre el emisor y el receptor. Ya sea un medio natural o mediante infraestructuras artificiales, cuantos más medios se posean mejor y más eficiente será la capacidad de intercomunicación.

La intercomunicación al igual que la comunicación es aquella que se fundamenta en los objetos como la televisión, radio, medios impresos, etc. Estas tienen la función de

comunicar de manera productiva, también a través de la comunicación podemos expresar problemáticas a resolver." (Tony, Club Ensayos, 2012)

http://clubensayos.com/Espa%C3%B1ol/LAINTERCOMUNICACION/350603.html

Medios de Comunicación

La comunicación es muy importante, ya que sin ella los pueblos no podrían desarrollarse, pero así como la comunicación, el manejo de ella también es muy importante, para que la información llegue de la mejor manera a cada uno de sus actores; este manejo adecuado se lo realiza mediante los medios de comunicación.

Los medios de comunicación son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar de manera masiva. Día a día, los individuos y las comunidades acceden a material informativo que describe, explica y analiza datos y acontecimientos políticos, sociales, económicos y culturales, tanto a nivel local como en el contexto global. Para comienzos del siglo XXI, y en sociedades de todas las regiones del mundo, los periódicos, estaciones radiales y páginas web son ejemplos de la naturaleza de los medios de comunicación.

En nuestras sociedades, estos canales son esenciales para el establecimiento y desarrollo de todo proceso de interacción humana. Los medios de comunicación son la materialización física de la necesidad de relacionarse entre sí que tienen todos los humanos. Mediante ellos se describen situaciones y problemas propios de nuestra realidad y, en la mayor parte de las oportunidades, se plantean análisis que contribuyen a su discusión. Los medios de comunicación permiten establecer procesos de intercambio de conocimientos y debates de carácter social.

A comienzos del siglo XXI, los medios de comunicación también constituyen una gran red de plataformas tecnológicas que excede los límites nacionales. Actualmente existen redes globales, nacionales, regionales y comunitarias, constituidas por periódicos, revistas, emisoras radiales, canales de televisión y páginas web. Cada una de estas plataformas define la materialidad de la información que se transmite. Por ejemplo, los periódicos publican diariamente artículos, columnas de opinión, infografías y fotografías; las emisoras, en sus programas, cubren de manera exhaustiva los acontecimientos que están pasando en cualquier lugar y a cualquier hora; los canales de

televisión, con sus noticieros, sus programas de discusión, sus telenovelas y sus partidos de fútbol, parecen traer la realidad a la casa de los televidentes.

A pesar de que en estos tiempos nuestra relación con los medios de comunicación sea un asunto cotidiano y casi natural, pues a diario vemos, escuchamos, leemos y estamos en contacto con diversas plataformas informativas, es importante tener en cuenta que no existe una definición que englobe todo su significado. De acuerdo al contexto de discusión, los medios de comunicación adquieren objetivos, beneficios y usos diferentes.

Para algunos sectores de la sociedad contemporánea, los medios de comunicación son la manera más eficaz y rápida de transmitir un mensaje. Por ejemplo, una página web es útil para publicar un contenido que necesite divulgación inmediata entre varios sectores de nuestra comunidad. Sin embargo, para otros sectores de la sociedad, estos mismos medios de comunicación son entendidos como una herramienta política o como un vehículo de manipulación social. En nuestros tiempos, el exceso de información que recibimos a diario le ha dado un nuevo valor a la capacidad y la eficiencia para transmitir un mensaje de manera masiva. Diferentes sectores de la sociedad son conscientes de este valor y por eso utilizan los medios de comunicación para hacerse escuchar o para imponer su visión de los problemas. Así también, hay sectores de la sociedad que se acercan a los medios de comunicación en busca del reflejo de un momento específico, es decir, que los utilizan como un documento histórico o como un dispositivo en el que se manifiesta lo positivo y lo negativo de una situación o de un contexto histórico determinados.

Todas las definiciones anteriormente mencionadas hacen alusión a los diversos papeles que los medios cumplen en el mundo del siglo XXI. Lo cierto es que, hoy en día, los medios de comunicación son un poder innegable en la sociedad mundial que ha permitido que se los catalogue como el "cuarto poder". (Sandoval, Carlos García y Al-Ghassani, Anuar,1990) http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/losmediosdecomunicacion.htm

Para que exista una comunicación efectiva, veraz y objetiva es necesario un medio de comunicación con el cual todas las personas se encuentren enteradas delo que realmente sucede en el medio.

Medio de comunicación impreso (Prensa)

Es muy importante mantenernos informados de lo que sucede, y una buena forma de hacerlo es mediante un medio impreso, ya que es un medio de comunicación accesible y que lo podemos llevar a cualquier lugar, además es un medio que nos permite analizar la información, al leerla las veces que sea necesario, a diferencia de los medios radiales y televisivos.

> El periodismo nace de la necesidad social y psicológica de conocer y saber lo que pasa a nuestro alrededor. Se le denomina "cuarto poder" por su capacidad para influir en la opinión de los ciudadanos, aunque no llega a los de nivel cultural más bajo.
>
> La prensa cumple tres funciones sociales fundamentales:

1. Favorecer la convivencia entre los pueblos y su mutuo conocimiento.
2. Delatar los abusos del poder.
3. Una pluralidad de medios ofrece al ciudadano la posibilidad de estar informado, que es el arma principal contra cualquier intento de manipulación.

> La prensa escrita, frente a los medios audiovisuales, ofrece las siguientes ventajas:

1. Favorece una mayor permanencia de la noticia y, por tanto, puede releerse lo no entendido.
2. Ofrece otra dimensión de las noticias (una orientación interpretativa), ya que, al contar con más espacio para ampliar contenidos, profundiza más en los hechos.
3. Confiere mayor libertad al receptor, puesto que éste la puede leer cuando quiera.
4. Presenta más noticias, ya que carece de la limitación temporal de los medios audiovisuales.

El periodista es un intermediario entre el ciudadano y la información. Ha de poseer una amplia formación en informática, entendimiento de las lenguas en que se genera la información y capacidad de observación y de narración de lo observado. Una gran parte de los mismos combinan su condición de informadores con una vocación creativa.

Según la Organización Mundial de la Salud, la de periodismo es una de las profesiones más peligrosas del mundo por el alto número de infartos y enfermedades nerviosas o psíquicas que padecen sus responsables: horario de trabajo desordenado, en lucha constante contra el reloj; numerosas presiones y represiones que sufren (persecuciones, chantaje, soborno, amenazas...), etc.

Organización de una empresa periodística

1. **Empresa editora**: es una sociedad de personas que han puesto su dinero para crear el periódico, marcan la ideología del mismo y nombran o cesan al director. Pueden ser:

A. **Empresas con un solo medio** de comunicación.
B. Un **grupo de prensa**: sus intereses se centran exclusivamente, por ejemplo, en la prensa escrita.
C. **Grupo multimedia**: presentan intereses en distintos medios. La concentración de medios en pocas manos y una creciente presencia de intereses bancarios y financieros reduce la independencia de los mismos.

2. **Director**: es el representante de la empresa editora y el responsable del buen funcionamiento del diario; decide lo que se publica y lo que no.
3. **Departamento de Administración**: se encarga de llevar la economía y las cuestiones laborales de la empresa.
4. **Departamento de Publicidad**: se encarga de encontrar anunciantes, ya que la publicidad es una de las más importantes fuentes de ingreso.
5. **Redacción**: selecciona las noticias y elabora contenidos. Sus principales integrantes son:

A. Los **jefes de sección**, que distribuyen entre los redactores la posible información a obtener.

B. **Redactores o reporteros**: su labor es obtener información, se trata de ser el mejor informado y antes que ningún otro periodista por lo que cada uno tiene sus propios confidentes, sus fuentes de información. Presentan la siguiente tipología:

a. **Reporteros de mesa**: permanecen siempre en el local de la empresa, donde trabajan con las informaciones que les llegan del exterior.
b. **Reporteros de calle**: buscan la noticia allá donde se produzca.
c. **Reporteros gráficos**: proporcionan el material fotográfico necesario para la ilustración del periódico.

C. **Corresponsales**: Periodistas que pertenecen a la plantilla de un periódico, pero trabajan en una población distinta y proporcionan información en exclusiva.

D. **Colaboradores**: personas que escriben para el periódico sin pertenecer a su plantilla.(Ministerio de educación del Gobierno de España,25-07-2007)

Difusión de noticias comunitarias

El comunicador debe de estar más al tanto de los problemas que atraviesa la comunidad, más comprometido con ella, dando el enfoque social a sus actividades para poder hacer bien las cosas, y poder ayudar a solucionar los inconvenientes que no les permiten desarrollarse como comunidad.

> "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 1997 p, 4).

Para la comprensión de lo que es el desarrollo organizacional partiremos de los siguientes conceptos:

LA ORGANIZACIÓN

La organización es un sistema formal porque es un ente creado para un objeto, es diseñada artificialmente para que cumpla la meta. Lo primero y fundamental de una organización debe ser el grupo de personas que la conforman.

La organización también es un conjunto de roles que sé interactúan y que se entrelazan.

LA ORGANIZACIÓN COMO SISTEMA

Un sistema es un conjunto de partes y objetos (elementos) que interactúan y que forman un todo o que se encuentran bajo la influencia de fuerzas en alguna relación definida.

Toda organización es un sistema ya que esta hace posible la interrelación de un conjunto de elementos que permiten que estos sistemas se den. Estos pueden ser abiertos y cerrados. (Organizaciones).

La organización como ente autónomo e independiente está basada en principios corporativos que la definen e identifican entre los cuales encontramos:

Deber ser: Esto nos responde al interrogante, ¿porque existe la organización?

Deber hacer: **Misión**, nos dice para que existe la organización.

Deber estar: **Visión**, nos orientar para saber hacia dónde vamos, conque y como llegamos.

Todo deber está fundamentado en una ventaja nuclear (es aquello que solo la empresa puede brindar, es el conocimiento tácito de la empresa, el now how organizacional), la ventaja nuclear la crea la organización, esto nos da el principio de la realidad que corresponde al principio de la organización.

ELEMENTOS PERMANENTES QUE PERMITEN LAS ORGANIZACIÓNES (SISTEMAS).

- Conceptos: hace referencia a QUE SÉ. (La organización)
- Valores: Nos indica el QUE QUIERO HACER. Es el ideal que yo tengo con cada concepto, y cada concepto genera un valor. Los valores se convierten en fundamento para la organización

- Percepciones: En este aspecto abordamos el QUE DEBO SABER. Nos muestran si los valores se pueden cumplir o no.
- Practica: Se analiza QUE PUEDO HACER. Es lo que yo puedo hacer sin cometer errores.

Toda organización funciona sobre 4 causas:

Causa material: se entiende como el radio de operación de la organización y sobre que trabaja la organización y conque trabaja la organización.

Causa eficiente: Se aborda el interrogante ¿Quien trabaja sobre eso? Se pregunta y se da respuesta al perfil de las personas adecuadas para trabajar sobre la causa material.

Causa formal: Resultado que se prevén con estos, se responde al interrogante ¿Qué sucederá con los radios operacionales organizacionales?

Causa final: Se plantea y se responde al interrogante ¿para qué se hizo eso? Es necesario saber que lo que se hizo se va a aplicar en algún momento.

En las organizaciones él para qué es el uso que se les va a dar a los resultados, y que ese uso sea el mejor. Es aquí donde aparece el concepto de ventaja competitiva.

DESARROLLO ORGANIZACIONAL

Es un esfuerzo libre e incesante de la gerencia que se vale de todos los recursos de la organización con especialidad el recurso humano a fin de hacer creíble, sostenible y funcional a la organización en el tiempo. Dinamiza los procesos, crea un estilo y señala un norte desde la institucionalidad.

El doctor Richard Beckhard. La define como "Un esfuerzo: (a) planeado, (b) que cubre a la organización, (c) administrado de desde la alta dirección (d) que incrementa la efectividad y la salud de la organización, mediante (e) la intervención deliberada en los procesos de la organización utilizando el conocimiento de las ciencias de la conducta".

En el libro fundamentos de la comunicación organizacional la escritora María Elena Mendoza Fung propone una definición muy cercana a la anterior: "Proceso planeado que abarca la totalidad de la organización buscando la eficacia y la transformación cultural para asegurar la competitividad de la organización y sus empleados.

FINALIDAD DE UN PROGRAMA DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL

Es que la organización aprenda como sistema y pueda tener un sello distintivo de hacer las cosas con excelencia a partir de sus propios procesos. El DO propende por que haya un mejoramiento continuo, efectividad para funcionar y responder al cambio.

En este aspecto adquiere relevancia el concepto de Mendoza Fung (2000,UPB) cuando plantea: "Las organizaciones exitosas son aquellas que su adaptación y capacidad para asumir los cambios los encaran de forma positiva y proactiva, las organizaciones que aprenden, son aquellas que están dispuestas a asumir nuevos roles y responsabilidades y que técnicamente están en continuo avance y capacitación".

PUNTO DE PARTIDA DEL DESARROLLO ORGANIZACIONAL

"El punto de partida del desarrollo organizacional es la credibilidad, la organización debe propender por una condición en la cual llegue a ser creíble en sus procesos, en sus productos y servicios. Creíble para sus clientes externos e internos; una credibilidad que no se agota en la puesta en marcha y terminación de un proceso, sino que pervive con la continuidad de la empresa, y se acrecienta en el tiempo."

(Rivas Quinto José, 2007).

Organización del espacio público como necesidad básica

Es importante conocer como es la organización del espacio público ya que este puede tener significados diferentes para diferentes personas como lo expresa Rizzo en el párrafo siguiente.

> 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).

Formas de comunicación no adecuada.

El principal problema es que no sabemos escuchar por diferentes situaciones que son:

El distraído:

Escucha a ratos por que encuentra mucha dificultad para sostener la atención.

El charlatán

El que toma la palabra y no se decide a dejarla este caso es más frecuente entre los hombres que en las mujeres.

El silencioso:

Que tal vez por temor no emite comentario alguno.

El sabelotodo:

Es un oyente difícil ya que cree que lo sabe todo y tiene el peligro de volverse agresivo. (Grenouilloux, versión española por Arriaga Luis)

Si bien es cierto la comunicación interpersonal nos ayuda mucho en el diario vivir, pero debemos tener en cuenta que dicha comunicación suele tergiversar lo que realmente

queremos comunicar; este es un gran problema que afecta a la comunicación, especialmente en lugares donde no existe un medio de comunicación por el cual se reciba una comunicación manejada correctamente.

Las razones por las cuales la comunicación interpersonal puede ser afectada son:

- distracción en diferentes momentos de la conversación

- interrupción de alguien

- la información podría no ser veraz

A continuación citamos algunos consejos para evitar cualquier problema en cuanto a la comunicación interpersonal.

- No distraernos, porque distraerse es fácil en determinados momentos. La curva de la atención se inicia en un punto muy alto, disminuye a medida que el mensaje continúa y vuelve a ascender hacia el final del mensaje, Hay que tratar de combatir esta tendencia haciendo un esfuerzo especial hacia la mitad del mensaje con objeto de que nuestra atención no decaiga.
- No interrumpir al que habla.
- No juzgar.
- No ofrecer ayuda o soluciones prematuras.
- No rechazar lo que el otro esté sintiendo, por ejemplo: "no te preocupes, eso no es nada".
- No contar "tu historia" cuando el otro necesita hablarte.
- No contra argumentar. Por ejemplo: el otro dice "me siento mal" y tú respondes "y yo también".
- Evitar el "síndrome del experto": ya tienes las respuestas al problema de la otra persona, antes incluso de que te haya contado la mitad." (Marcuello García Ángel, 2009)

Es importante resaltar que todo esto es posible solo está en nuestras manos y que otro punto muy importante es la interacción comunicativa que detallamos a continuación.

“Interacción comunicativa.

Es necesario el mantener una buena interrelación comunicativa, para lograr un buen desarrollo como personas y el buen desarrollo de un pueblo, que surja de la mejor con una población comunicativa y unida.

La interacción comunicativa corresponde al intercambio de ideas, significados, pensamientos, conocimientos entre 2 o más personas haciendo uso del lenguaje.

En la interacción comunicativa podemos encontrar la pública y la privada.

Interacción comunicativa pública.

Lo público se relaciona con lo que es de interés para todos, por lo tanto se manifiesta con el criterio de apertura, de accesibilidad para los otros.

Interacción comunicativa privada.

Lo privado corresponde al ámbito de lo individual, el proceso comunicativo que se da en una situación más personal que se sustrae de los otros que no han sido invitados a participar del proceso.” (Psulenguaje, 2009)

Emprendimiento comunitario.

“Los líderes sociales se encuentran en el cambiante escenario de la globalización que exige desarrollar estrategias que permitan unir esfuerzos para el logro de resultados, es decir el trabajo comunitario, solidario y participativo posibilita la competitividad requerida para una economía social, constituyéndose en una alternativa de desarrollo económico frente al modelo capitalista. Los mercados regionales, nacionales y extranjeros generan la necesidad de construir sostenibilidad social a través de fuerzas asociativas, de organizaciones solidarias, en donde la sinergia de recursos físicos, financieros y de talento humano logra de forma colectiva metas que no son posibles mediante el esfuerzo individual.

El Emprendimiento Social, ha recibido aportes realizados desde diferentes ciencias como la psicología, la sociología y la antropología que se encargaron del estudio del fenómeno, dado que este tipo de emprendimiento genera un alto impacto en el desarrollo económico y social. Para las escuelas de negocios es pertinente comprender lo que representa el emprendimiento social, entender la importancia del mismo en lo comunitario y la conveniencia de su estudio, diferenciarlo del emprendimiento de

negocios o con ánimo de lucro, reflexionar frente al concepto de valor social sostenible, reconstruir su definición y fomentar investigaciones futuras que le consoliden como una opción para profesionales en las ciencias sociales aplicadas.

Se proyecta que el Emprendimiento Social logre transformaciones desde la base de la estructura social, desde los ciudadanos anónimos con organizaciones sencillas, comunicación asertiva y que se destaquen por el apoyo mutuo o desde una actitud solidaria que se encuentra entre las personas que se reúnen para progresar y mejorar su calidad de vida. Este es el emprendimiento que se vislumbra en un corto y mediano plazo, conservando la identidad, el bienestar social, equitativo e incluyente en lo económico, cultural, político, ecológico y tecnológico.

Un aspecto fundamental para comprender el Emprendimiento Social está en diferenciarlo del emprendimiento de negocios o comercial, confiriendo un dominio académico específico. No obstante, existen elementos comunes entre los dos. "Todo proceso de emprendimiento conlleva un balance de comportamiento social y comportamiento económico, que a su vez, permite la generación de valor social y valor económico" (Reddolac Group, Emprendimiento Social).

Marco referencial contextual

Breve historia del cantón Marcabelí

Ubicación: El cantón Marcabelí se halla situada al extremo Sur Occidental del Cantón Piñas y en la parte meridional de la Provincia del Oro. Se encuentra igualmente ubicada dentro de la hoya del Puyango, justamente en el lugar en el que las cordilleras de la aldea y Tahuín parecen unirse con las cordilleras de Celica y Alamor.

En Marcabelí la naturaleza ha pródiga, dotándola de hermosos paisajes, ríos, cascadas, etc.

Etimología: La historia cuenta que estos lugares eran cubiertos de selva virgen, donde se extraviaron tres acémilas cargadas de bultos con la marca B L I y luego con el tiempo se identificó con el nombre de Marcabelí.

Cantonización: 6 de mayo de 1986

Superficie: 148 km2

Altura: 680 m. s. n. m.

Clima: 16 a 22 grados.

Población: 5.450. Aprox.

Parroquias Urbanas: Marcabelí (cabecera cantonal) y parroquia rural El ingenio.

Límites: Al Norte con los Cantones Piñas y Arenillas, al Sur con la Provincia de Loja, al Este con el Cantón Balsas y al Oeste con el Cantón Las Lajas.

Antecedentes Históricos:

La historia cuenta que estos lugares eran cubiertos de selva virgen, en donde tres acémilas se extraviaron cargadas de bultos con herramientas de la MARCA "B-L-I". El dueño las buscó infructuosamente preguntando siempre por las herramientas "marca BLI", lo que llegó a ser muy comentado pues por primera ocasión la escuchaban mencionar.

Nadie dio razón de ellas y con el paso del tiempo se le agregó inconscientemente la "e" a BLI y el sector fue conocido desde allí como Marcabelí.

Actividades económicas:

Los habitantes se dedican a las faenas agrícolas y ganaderas, cultivan caña de azúcar, maíz, cultivos de ciclo corto, por iniciativa de sus habitantes industrializan la caña de azúcar granulada, panela y licor.

Breve historia de los desaparecidos medios de comunicación del sector:

En la antigüedad existió un semanario llamado “Informativo Marcabelí” fundado el 28 de marzo de 1981cuyos editores fueron los miembros de la junta cívica pro

cantonización de Marcabelí y su director el Lic. Julio Cesar Mogrovejo Morocho y su tiraje era de 500 ejemplares.

Así mismo existió una radio llamada “Antena 10” de propiedad del señor Guillermo Añazco, cuyo permiso de funcionamiento se estaba tramitando en el gobierno de Abdala Bucarán; este permiso no se logro sacar y dicha radio tuvo que ser cerrada.

HIPÓTESIS

Si se diseña y ejecuta un medio de comunicación escrito, se mejorará la intercomunicación entre los habitantes del cantón Marcabelí.

Variables:

Independiente: Diseño y ejecución de medio de comunicación escrito.

Dependiente: Intercomunicación de los habitantes del Cantón Marcabelí.

Operacionalización de la hipótesis:

Variables	Dimensiones (aspectos)	indicadores	ítems	instrumentos
Medio de comunicación escrito e Intercomunicación	Aspectos básicos que requieren ser intercomunicados	• Problemas de los barrios • Actividades del Municipio • Actividades de las organizaciones y sociedad civil como: - Referentes a la producción. - Referentes a educación - Referentes a salud - Otros	-agua potable -alcantarillado -luz eléctrica -internet -teléfono -Vías de acceso(pavimentación de calles) -Nuevas formas de producción y mercadeo -Nuevas oportunidades educativa	Encuesta a líderes comunitarios

			-Nueva epidemia y formas de cuidado, otros	
	Selección de los medios impresos para la difusión	Tipos de medios de comunicación impresa	-Periódicos -Revistas -Hojas volantes -otros	Consultar a la comunidad qué sería .lo más importante
	Formas de difundir información en los medios impresos.	Periodicidad Lenguaje Fortalecimiento de la organización	-Diariamente - Una vez por semana -Otros Revisar el leguaje para medios impresos -Organización de una empresa periodística -organización de cooperativa de comunicación, -Organización de clubes de periodísticos, etc.	Igual Igual, depende del carácter del público

f. METODOLOGÍA

La presente investigación será realizada por medio de procesos sistemáticos y ordenados que requiere de métodos como:

* **Método científico:** es un procedimiento para descubrir las condiciones en que se presentan los sucesos específicos, caracterizado generalmente por ser tentativo, verificable, de razonamiento riguroso y observación empírica.

  Según Pardinas F. "método científico es la sucesión de pasos que debemos dar para descubrir nuevos conocimientos o para comprobar o rechazar hipótesis que implican o predican conducta de fenómenos desconocidos hasta el momento".

  Sirve de base para la investigación, pues está presente desde la actual elaboración del proyecto y continuará hasta la culminación de la tesis, además está presente en la conceptualización de las variables, en el momento de recolección y análisis de los datos, en la observación y registro de datos obtenidos, el establecimiento de conclusiones y en base de estas, las recomendaciones y el planteamiento de la propuesta.

* **Método deductivo:** La deducción va de lo general a lo particular. El método deductivo es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez; los datos a obtener se organizaran en cuadros estadísticos y se los contrastara con el respaldo del marco teórico, con lo cual será posible caracterizar las acciones de comunicación actuales.

* **Método inductivo:** La inducción va de lo particular a lo general. Empleamos el método inductivo cuando de la observación de los hechos particulares

obtenemos proposiciones generales, o sea, es aquél que establece un principio general una vez realizado el estudio y análisis de hechos y fenómenos en particular. Esto permitirá hacer un estudio acerca de los métodos técnicas y procedimientos que se aplican en cuanto a la comunicación del sector y con ello establecer conclusiones al respecto**.**

* **Método analítico:** Será empleado en al análisis de la información teórica y empírica.
* **Método sintético:** Permitirá elaborar las conclusiones y establecer la propuesta, que ayudarán a solucionar la problemática relacionada con el uso de los métodos técnicas y procedimientos que utilizan las docentes de estimulación temprana y el desarrollo de destrezas de los niños.

  Estos métodos estarán presentes en la elaboración de las conclusiones y recomendaciones del proyecto investigativo.

* **Método de observación:** Es el registro visual de lo ocurre, es una situacional real, clasificando y consignando los acontecimientos pertinentes de acuerdo con algún esquema previsto y de acuerdo a los aspectos a evaluar.

Técnicas

Con el fin de recolectar toda la información que permita realizar la investigación utilizaremos las siguientes técnicas.

* **Entrevista:** esta técnica nos permitirá conocer los criterios de personajes relacionados con nuestro tema de investigación, personajes como: el Lic. Julio Mogrovejo director del semanario Informativo Marcabelí, así mismo al señor Guillermo Añasco ex alcalde y propietario de radio “Antena 10”, de igual manera al actual alcalde del cantón.

* **Encuesta:** esta técnica va dirigida a los habitantes del sector lo cual nos permitirá conocer sus criterios acerca del punto principal de nuestra investigación, y se la realizara mediante un instrumento llamado cuestionario lo que nos permitirá recoger la información necesaria.

Procedimientos

1. Para cumplir con el primer objetivo del tema se procederá a determinar los conceptos y categorías básicas con un mapa mental, con el fin de buscar información que permita realizar un escrito que explique sobre los medios de comunicación escritos como estrategias de comunicación ciudadana.
2. Para cumplir con el segundo objetivo se realizara un análisis para determinar el grado de pertinencia en la creación de un medio de comunicación escrito en el cantón, este puede ser mediante la encuesta.
3. El tercer objetivo será determinado mediante las encuestas a realizarse y adentrarse al conocimiento de los problemas que aquejan a este sector.
4. Para poder cumplir con el cuarto objetivo se formulará una propuesta orientada a la intercomunicación en el cantón Marcabelí se relazará un proyecto en el que se incluirá todo lo referente a la edición del medio de comunicación impreso, como diagramación, secciones, color, accionistas, costos, etc.
5. El quinto objetivo se realizará mediante una reunión entre accionistas del medio de comunicación impreso, la que será filmada, lo que permitirá la validación del mismo.

* **Calculo de la muestra**

$$n = \frac{N z^2 \, pq}{(N-1)e^2 + z^2 \, pq}$$

Simbología

n = Tamaño de muestra =?

N = Población de estudio = 5450

e^2 = Margen de error = 7%

z^2 = nivel de confianza = 1.96^2

$$n = \frac{5450 * 3.8416 * 0.25}{(5450-1)0.07^2 + 3.8416 \quad * 0.25}$$

$$n = \frac{5234.18}{27.6605}$$

n= 189.22

	2014										2015								
DES	FEB	MAR		MAY	JUN	JUL	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOS	S
del sis																			
del																			
y del																			
del																			
de																			
de																			
y la																			
y es																			
de la																			
de la																			
a la																			
del ado																			
rivada																			
ublica																			

g. Cronograma

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO:

RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora	1	1	900	900.00
Flash memory	U	2	18	36
Hojas para impresión A4	Resmas	3	4	12
Internet	Horas	80	0.50	40
Transporte	U	40	10	400
Imprevistos	-	-	-	150
TOTAL	-	-	-	1.538,00

Recursos Humanos:

- Coordinador de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja.

- Docente Tutor

- Alcalde del cantón Marcabelí

- propietarios de medios.

- Investigador.

- población del cantón Marcabelí

- **Institucionales:**
  - Universidad Nacional de Loja.
  - Área de la Educación el Arte y la Comunicación.
  - Carrera en Ciencias de la Comunicación Social.
  - Municipalidad del cantón Marcabelí.

Recursos materiales:

- Material de escritorio.
- Computadora.

- Filmadora.
- Cámara fotográfica.
- Grabadora de audio.

Recursos técnicos:

- Microsoft Office Word.
- Microsoft Office Excel
- Adobe Photoshop.
- Adobe Premiere.
- Adobe Audition.

Financiamiento:

La presente investigación será financiada por el investigador.

i. BIBLIOGRAFÍA

El Tiempo (1995). Manual de redacción, Printer Colombia, Bogotá, consultado el 8 de diciembre del 2013 de:

http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/losmediosdecomunicacion.htm

España, Ministerio de Educación (2007). **Medio de comunicación impreso (Prensa)**, consultado el 10 de enero del 2013, de:

http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso3/t1/teoria_1.htm

Grenouilloux Michel, versión española por Arriaga José Luis, Saber escuchar: Comprender, Anotar, Retener, consultado el 11 de diciembre del 2013, de libro impreso.

Loría Meneses Roger (2011). Comunicación Oral y escrita, guía de estudio, código 709, UNED, España. Ed. consultado el 17 de enero/2014, de: http://www.sisman.utm.edu.ec/libros/FACULTAD%20DE%20INGENIER%C3%8DA%20AGRON%C3%93MICA/CARRERA%20DE%20INGENIER%C3%8DA%20AGRON%C3%93MICA/03/expresion%20escrita/guiADIDActica-709-2012-3.pdf

Marcuello García Angel A (2009). Técnicas eficaces para la comunicación interpersonal, consultado el 11 de diciembre del 2013, de libro impreso.

Psulenguaje (abril 24, 2009). Interaccion comunicativa oral y pública, consultado el 13 de noviembre del 2013, de

http://psulenguaje-psulenguaje.blogspot.com/2009/04/interaccion-comunicativa-oral-publica-y.html

Rozas, E. (1997). La selección noticiosa, entre la importancia y el interés. Cuadernos de información.

Rivas Quinto Jose Fredys (2017). Desarrollo Organizacional, consultado el 05 de febrero del 2014, de http://www.monografias.com/trabajos12/desorgan/desorgan.shtml

Reddolac.org. Emprendimiento Social, consultado el 13 de noviembre de 2013, de

www.reddolac.org/group/colombia/forum/topics/emprendimiento-social-1

Sampieri Hernández, etal (2010). Metodología de la investigación científica, México, ed. Mcgrawhiill

Sandoval, Carlos García y Al-Ghassani (1990). Anuar, *Inventario de los medios de comunicación en Costa Rica*, Escuela de ciencias de la comunicación, San José, consultado el 8 de diciembre del 2013, de:

http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/losmediosdecomunicacion.htm

Tony (15 Octubre 2012). La intercomunicación, ensayos, monografías, consultado el 10 de diciembre/2013, de:

http://www.clubensayos.com/Espa%C3%B1ol/LA-INTERCOMUNICACION/350603.html

ANEXOS

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, he visto la necesidad de investigar de qué manera mejoraría la intercomunicación entre los habitantes del cantón Marcabelí a través de un medio de comunicación escrito, para lo cual solicito su valiosa ayuda, contestando las interrogantes planteadas a continuación:

DATOS GENERALES:

Edad: 18 – 40 ( ) 41 – 60 ( ) Mayor a 61 ( )

Sexo: Hombre ( ) Mujer ( )

Profesión:

Ocupación:

Barrio:

1. **¿Cree usted que la comunicación es un factor importante para el desarrollo de los pueblos?**

   SI ( ) NO ( )

   Por qué…….

2. **¿Con que servicios básicos cuenta su barrio?**
   a) **Agua potable ( )**
   b) **Luz eléctrica ( )**
   c) **Alcantarillado ( )**

d) **Pavimentación ( )**
e) **Asfaltado ( )**
f) **Aéreas verdes ( )**
g) **Seguridad ( )**

3. **¿En qué estado considera usted se encuentran estos servicios básicos?**

- **Bueno ( )**
- **Regular ( )**
- **Malo ( )**
- **Pésimo ( )**

Por qué …….....

…….

4. **¿Cree usted que los servicios básicos deben mejorar en el sector?**

SI ( ) NO ( )

Por qué …….....

…….

5. **¿Han recibido la visita de personas preocupadas por la difusión de las necesidades de su barrio?**

SI ( ) NO ( )

6. **¿Cree usted que es necesaria la implementación de un medio de comunicación que ayude a solucionar los problemas de la comunidad en el sector?**

SI ( ) NO ( )

Por qué……
……
…….

7. **¿Le gustaría informarse de noticias, deporte, cultura, comunidad, etc.?A través de un medio impreso?**

SI ( ) NO ( )

Por qué……

……

…….

8. **¿Considera usted importante la creación de un medio de comunicación escrito por el cual se pueda informar y manifestar las necesidades de su barrio?**

SI ( ) NO ( )

Por qué……

……

…….

9. **En caso de que la repuesta anterior fue positiva, ¿con qué frecuencia debería circular el medio de comunicación impreso?**

A Diario ( ) Semanal ( )

Por qué……

……

……

10. **¿Cree que Mejoraría la intercomunicación entre los habitantes del cantón Marcabelí con la creación de un medio de comunicación escrito que informe y ayude a la solución de problemas de la comunidad?**

SI ( ) NO ( )

Por qué…….....

……

……...

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

INDICE

PORTADA……i
CERTIFICACIÓN……ii
AUTORÍA……...iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN……..iv
AGRADECIMIENTO…….……v
DEDICATORIA……..vi
ÁMBITO GEOGRÁFICO……..vii
UBICACIÓN GEOGRÁFICA……..viii
ESQUEMA DE TESIS……ix

a. TÍTULO 1
b. RESUMEN.....2
ABSTRACT 3
c. INTRODUCCIÓN 4
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....5
DEFINICIÓN DE LA COMUNICACIÓN HUMANA 5
El derecho de acceso a los medios de comunicación.....7
Medios de Comunicación y Desarrollo Rural.....8
Estrategias para la difusión en medios de comunicación 9
La tecnología y los nuevos medios de comunicación.....10
Periodismo impreso, un compromiso ciudadano.....11
Desarrollo Organizacional 13
Finalidad de un programa de desarrollo organizacional.....13
Organización del espacio público como necesidad básica 14
Formas de comunicación no adecuada. 14
Interacción comunicativa.....15
e. MATERIALES Y MÉTODOS 17
f. RESULTADOS.....20
g. DISCUSIÓN.....30
h. CONCLUSIONES 32
i. RECOMENDACIONES 33
PROPUESTA ALTERNATIVA 35
j. BIBLIOGRAFÍA.....53

k. ANEXOS.....56
PROYECTO DE TESIS 56
a. TEMA.....57
b. PROBLEMÁTICA.....58
c. JUSTIFICACIÓN.....61
d. OBJETIVOS.....62
e. MARCO TEÓRICO.....63
Definición de la comunicación humana.....63
Medios de Comunicación 64
Medio de comunicación impreso (Prensa).....66
Difusión de noticias comunitarias.....68
La organización.....69
La organización como sistema.....69
Elementos permanentes que permiten las organizaciónes.....69
Desarrollo organizacional 70
Finalidad de un programa de desarrollo organizacional 71
Punto de partida del desarrollo organizacional.....71
Organización del espacio público como necesidad básica 72
Formas de comunicación no adecuada. 72
Interacción comunicativa pública. 74
Interacción comunicativa privada. 74
Emprendimiento comunitario. 74
HIPÓTESIS 77
f. METODOLOGÍA 79
g. CRONOGRAMA 83
h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO:.....84
i. BIBLIOGRAFÍA.....86