



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

**ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

TÍTULO:

“LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL CANTÓN PUYANGO,
PROVINCIA DE LOJA Y SU INCIDENCIA EN EL MANEJO DE LA
BASURA Y SU RECICLAJE. PERÍODO ENERO A JUNIO 2015.
PROPUESTA – ALTERNATIVA”.

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

AUTORA:

Karina Alexandra Añez Campoverde

DIRECTOR:

Ing. Wilman Vicente Merino Alberca

LOJA – ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN

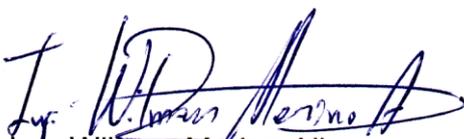
Ing. Wilman Merino Alberca

**DOCENTE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA Y DIRECTOR DE TESIS**

CERTIFICA:

Haber dirigido y revisado prolijamente el presente trabajo de investigación titulado: **“LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL CANTÓN PUYANGO, PROVINCIA DE LOJA Y SU INCIDENCIA EN EL MANEJO DE LA BASURA Y SU RECICLAJE. PERÍODO ENERO A JUNIO 2015. PROPUESTA – ALTERNATIVA”**, de autoría de la postulante Karina Alexandra Añazco Campoverde, previo a optar por el grado de licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, por lo tanto, una vez cumplidas las exigencias establecidas por los normativos correspondientes, autorizo su presentación y sustentación.

Loja, noviembre de 2015

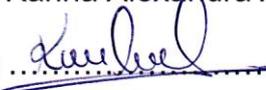

Ing. Wilman Merino Alberca

AUTORÍA

Yo, Karina Alexandra Añezco Campoverde, declaro ser la autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

Autor: Karina Alexandra Añezco Campoverde

Firma: 

Cédula: 1104690068

Fecha: noviembre 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, Karina Alexandra Añazco Campoverde, declaro ser la autora de la tesis titulada: **“Los medios de comunicación del cantón Puyango, provincia de Loja y su incidencia en el manejo de la basura y su reciclaje. Período enero a junio 2015. Propuesta – Alternativa”**., como requisito para optar al grado de licenciada 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 el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 12 días del mes de noviembre de dos mil quince, firma la autora.

Firma: 

Autor: Karina Alexandra Añazco Campoverde

Cédula: 1104690068

Dirección: Alamor, calle 10 de agosto y río Amazonas. **Correo Electrónico:** karonikolle88@hotmail.com

Teléfono: 2680706 **Celular:** 0985110230

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Wilman Merino Alberca

Tribunal de Tesis:

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida.

Gracias a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización de este proyecto. Agradezco a mis padres ya que todo esto nunca hubiera sido posible sin el amparo incondicional que me otorgaron y el cariño que me inspiraron, que de forma incondicional, entendieron mis ausencias y mis malos momentos. Que a pesar de la distancia siempre estuvieron a mi lado para saber cómo iba mi proceso. Las palabras nunca serán suficientes para testimoniar mi aprecio y mi agradecimiento.

A mi director de tesis Ing. Wilman Vicente Merino Alberca, mi más amplio agradecimiento por haber confiado en este trabajo, por su paciencia, por su valiosa dirección y apoyo en el trabajo de titulación. Cuya experiencia y educación han sido mi fuente de motivación y de curiosidad durante este tiempo.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional, a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida.

A todos ustedes, mi mayor reconocimiento y gratitud.

LA AUTORA

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis padres con cariño supremo, quienes con sacrificio y dedicación me dieron apoyo y amor incondicional guiándome en el camino de la responsabilidad y en mi formación profesional.

A mi hijo Axel que ha sido mi gran inspiración por su comprensión al estar lejos de casa y poder concluir con una meta más de mi vida.

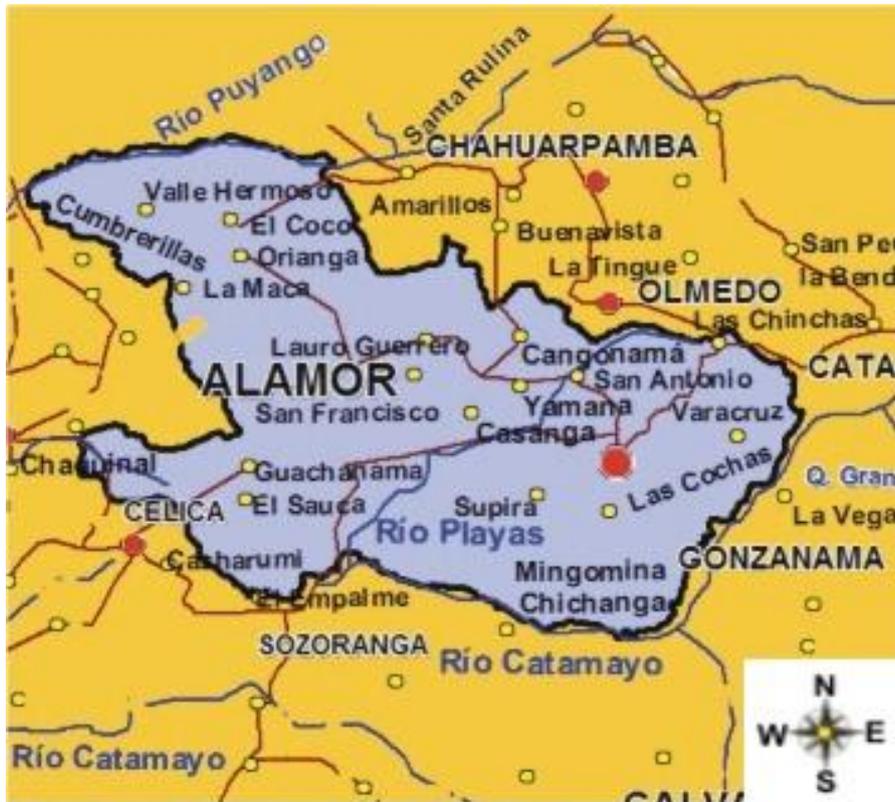
A mis abuelos y hermano a quienes llevo en mi corazón por su bondad y cariño.

Karina Añezco

MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO

| BIBLIOTECA: Área de la Educación el Arte y la Comunicación | | | | | | | | | | | |
|--|--|--------|-------------|-------------------|----------|-----------|---------|-----------------------------|--|-----------------------|--|
| TIPO DE DOCUMENTO | AUTOR/NOMBRE DEL DOCUMENTO | FUENTE | FECHA Y AÑO | ÁMBITO GEOGRÁFICO | | | | | | OTRAS DESAGREGACIONES | NOTAS OBSERVACIONES |
| | | | | NACIONAL | REGIONAL | PROVINCIA | CANTON | PARROQUIA/CABECERA CANTONAL | BARRIOS COMUNIDAD | | |
| TESIS | Karina Alexandra Añazco Campoverde "Los medios de comunicación del cantón Puyango, provincia de Loja y su incidencia en el manejo de la basura y su reciclaje. Periodo enero a junio 2015. Propuesta – Alternativa". | UNL | 2015 | ECUADOR | ZONA 7 | LOJA | PUYANGO | ALAMOR | Barrio norte, central, 9 de diciembre. | CD | LIC. CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL. |

MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS



Fuente: <http://www.viajandox.com/loja/puyango-canton.htm>

ÁREA DE
MUESTREO



ESQUEMA DE CONTENIDOS

- I. PORTADA**
 - II. CERTIFICACIÓN**
 - III. AUTORÍA**
 - IV. CARTA DE AUTORIZACIÓN**
 - V. AGRADECIMIENTO**
 - VI. DEDICATORIA**
 - VII. ÁMBITO GEOGRÁFICO**
 - VIII. UBICACIÓN GEOGRÁFICA**
- ESQUEMA DE CONTENIDOS**

a. TÍTULO

b. RESUMEN

SUMMARY

c. INTRODUCCIÓN

d. REVISIÓN DE LITERATURA

e. MATERIALES Y MÉTODOS

f. RESULTADOS

g. DISCUSIÓN

h. CONCLUSIONES

i. RECOMENDACIONES

PROPUESTA ALTERNATIVA

j. BIBLIOGRAFÍA

k. ANEXOS

PROYECTO DE TESIS

a. TITULO

“LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL CANTÓN PUYANGO, PROVINCIA DE LOJA Y SU INCIDENCIA EN EL MANEJO DE LA BASURA Y SU RECICLAJE. PERÍODO ENERO A JUNIO 2015. PROPUESTA – ALTERNATIVA”.

b. RESUMEN

En el presente trabajo se desarrolló la investigación con el tema: “Los medios de comunicación del cantón Puyango, provincia de Loja y su incidencia en el manejo de la basura y su reciclaje. Período enero a junio 2015. Propuesta – Alternativa”, que surgió con la necesidad de estudiar la importancia del papel que juegan los medios de comunicación en la concienciación de los temas de interés social como es el reciclaje.

Ya propuesto y delimitado el tema, se procedió al planteamiento de la problemática, en la que se analizó la situación actual de las radios locales, llegando a concretar el problema de la siguiente manera: ¿cómo los medios de comunicación influyen en la concienciación sobre el manejo de la basura y reciclaje y su incidencia en la población del cantón Puyango?

Luego de haber realizado el estudio teórico, se planteó la hipótesis cuyo enfoque era comprobar el escaso conocimiento sobre las formas de reciclaje y la importancia de las mismas.

Para la contrastación de la hipótesis y objetivos, se realizó el trabajo de campo, que consistió en la aplicación de encuestas a 99 personas, que constituyen la muestra del universo investigado. Además se efectuaron entrevistas a la ciudadanía en general, así como también, a autoridades del cantón Puyango.

Con los resultados obtenidos mediante la aplicación de estos instrumentos, se procedió a efectuar el análisis cuantitativo y cualitativo, encontrándose que el 97% de la muestra, sintoniza la radio, siendo la más sintonizada radio Dinámik. Referente a los conocimientos sobre el reciclaje solo un 3% tiene conocimientos

altos sobre la temática investigada. Además se detectó que los medios de comunicación de la localidad no muestran interés por difundir este tipo de temas.

En base a los resultados obtenidos se procedió al planteamiento de conclusiones y recomendaciones, es así que finalmente se plantea una propuesta alternativa que consiste en la implementación de una campaña de comunicación y publicidad, cuyo propósito es sensibilizar sobre la temática planteada.

En dicha campaña se estable en tres fases: la primera, la investigación conceptual y análisis de elementos; la segunda, la elaboración de la imagen y piezas publicitarias; y la tercera, el desarrolló en sí de las acciones de difusión y concienciación.

Finalmente se debe señalar que este trabajo investigativo pretende ser un aporte significativo para la cultura de los pobladores del cantón Puyango, en el tema de reciclaje y tratamiento de la basura.

ABSTRACT

In the present work developed the research with the theme: "the media of the Puyango canton, province of Loja and its impact on the management of waste and recycling. Period January to June 2015. -Alternative proposal", which arose with the need to study the importance of the role played the media in awareness of social issues such as recycling.

Already proposed and defined the issue, proceeded to the approach to the problem, which analyzed the current situation of the local radios, coming to realize the problem in the following manner: How do the media influence in raising awareness about the management of waste and recycling and its impact on the population of the Puyango canton? After the theoretical study, it was hypothesized whose focus was to check poor knowledge about the ways of recycling and the importance of them.

For the verification of the assumptions and objectives, was carried out field work, which consisted in the implementation of surveys 99 persons, who constitute the sample of the research universe. In addition they carried out interviews with citizens in general, as well as, the Puyango canton authorities.

With the results obtained through the application of these instruments, it proceeded to carry out quantitative and qualitative analysis found that 97% of the sample, tune the radio, being the more tuned radio Dinamik. Concerning knowledge about recycling only 3% have high knowledge of the investigated subject. Also detected that the media of the town show no interest to spread this type of topics.

Based on the results obtained were the approach of conclusions and recommendations, so finally it presents an alternative proposal which consists in the implementation of a campaign of communication and advertising, whose purpose is to raise awareness of the issue raised.

In this campaign are stable in three phases: the first, conceptual research and analysis of elements; the second, making the image and advertising pieces; and the third, the developed itself from the actions of dissemination and awareness-raising.

Finally, it should be noted that this investigative work is intended to be a significant contribution to the culture of the inhabitants of the Puyango canton, on the theme of recycling and processing waste.

c. INTRODUCCIÓN

Puyango es uno de los cantones de la provincia de Loja, que se constituye en una región con diversidad de pisos climáticos que dan lugar a una muy representativa producción agropecuaria. Sus habitantes se dedican en gran parte a la ganadería, en menor escala a la agricultura produciendo básicamente café, maíz, zarandaja, maní, guineo, yuca. Además cabe indicar que, debido a su ubicación tiene un gran movimiento comercial fundamentalmente con la provincia vecina, El Oro. Dicho cantón se constituye en el universo investigado en el presente trabajo.

Por otro lado preservación del entorno ecológico se ha convertido en un tema recurrente en las diversas clases y latitudes sociales. De ello, se deriva el reciclaje como una forma distinta de concebir la vida y de percibir el entorno natural, el respeto por lo perdurable, el valor de las cosas y por el entorno.

El reciclaje está directamente ligado con la ecología y con el concepto de sustentabilidad que supone que el ser humano debe poder aprovechar los recursos que el planeta y la naturaleza le brindan pero sin abusar de ellos y sin generar daños significativos al ambiente natural.

Por otro lado, el papel de los medios de comunicación, como parte de su función de educar y aportar en el desarrollo de la sociedad, debería comprometerse con la comunidad en la que se desenvuelve, a difundir temáticas que beneficien la calidad de vida de los pobladores.

En este contexto surge la presente investigación, que tuvo como fin conocer, analizar y evaluar el aporte de los medios de comunicación en la difusión del reciclaje en la población del cantón Puyango, provincia de Loja.

Se debe destacar que, en dicho cantón el tratamiento de la basura es un tema nuevo, existiendo un claro desconocimiento de las prácticas de reciclaje y por ende del tratamiento de la basura.

Para ello se procedió a efectuar un acercamiento a la comunidad, para conocer de cerca las necesidades de la misma, seguidamente se procedió al planteamiento del tema y problema, así como los objetivos e hipótesis.

En la segunda etapa se realizó el trabajo de campo, en la que se aplicó la encuesta y entrevistas a la comunidad y autoridades del cantón Puyango.

Posteriormente se desarrollaron las conclusiones y recomendaciones que dieron origen a la propuesta de una campaña de comunicación y publicidad, que tiene como fin aportar en la solución de la problemática investigada.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

En la primera etapa de la presente investigación, se requirió la definición y estudio de varios conceptos generales y especializados sobre el tema y problemas de investigación.

a. Ecología

“La palabra ecología proviene de los vocablos griegos *okios* y *logos* que significan casa y estudio. Es decir, la ecología es el estudio de los organismos vivos “en su propia casa”, en el medio ambiente en el que habitan y en el que desempeñan todos sus funciones vitales” (Valverde, Meave, Carabias & Cano, 2005, p. 2)

Es así que la importancia de la ecología, como ciencia, se da por estudio de la relación de los seres vivos con su medio ambiente, tratando de encontrar un equilibrio entre ellos.

b. Basura

Para Aguilar y Salas (1986) “la basura es mejor definida como desperdicios generados en nuestro proceso de reproducción como seres vivientes”. Es decir aquella materia que por diversas razones desechamos, pues han perdido su utilidad.

Por otro lado para Deffis (1990) es más apropiado denominarla residuos, ya que desperdicios, desechos y basura, presuponen un deseo de eliminarlos, debido a que no se les atribuye el valor suficiente para conservarlos.

En este contexto, se puede indicar que la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico los define como residuo a aquellas materias generadas en las actividades de producción y consumo, que no han alcanzado un valor económico en el contexto en el que son producidas.

Manejo de basura en el Ecuador

El Código Orgánico de la Organización Territorial, Autonomía y Descentralización COOTAD (2011) en su artículo 55 establece que: “los Gobiernos Autónomos Descentralizados municipales son los responsables directos del manejo de sus desechos sólidos” pero no se puede negar su baja capacidad de gestión en este tema, pues, la mayor parte de municipios crearon unidades para proveer el servicio bajo la dependencia jerárquica de las direcciones de higiene y en otros a través de las comisarías municipales que tienen una débil imagen institucional y no cuentan con autonomía administrativa ni financiera.

Es así que cada gobierno municipal ha desarrollado mecanismos de tratamiento de los desechos orgánicos e inorgánicos. Tal es el caso del Municipio del cantón Puyango, que desde hace varios años ha establecido un procedimiento de recolección de la basura dividiéndola en desechos biodegradables y no biodegradable.

c. Comunicación

El modelo de comunicación de masas de Schramm, denominado “Tuba de Schramm”, señala que “el emisor (fuente) recoge unos hechos concretos de la sociedad, los descodifica, los interpreta y, por último, los codifica en forma de noticia, que será distribuida a un público masivo gracias a los medios de comunicación. El mensaje será recibido por muchos receptores (destino), que

descodificarán la noticia y la interpretarán según su parecer y, además, la comentarán y desarrollarán con el grupo social de su entorno. El receptor podrá contestar al mensaje del emisor, ya sea con un nuevo mensaje codificado (retroalimentación inferida) o con alguna acción”. (Alsina, 1995)

Definir a la comunicación sin duda fue de gran importancia, pues esta se constituye en el punto de partida del trabajo investigativo.

d. Comunicación Social

Según refieren Sánchez Orbea y Urías Arboláez la comunicación social es inseparable de la vida social. Todo proceso comunicativo facilita los mecanismos y ayuda a promover el desarrollo social, a la vez que contribuye a establecer una mejor calidad de los servicios de las instituciones sociales y estructuras comunitarias.”(López, 2003, pág. 23)

La comunicación social es la disciplina que permitió a la investigadora profundizar sobre la temática y las posibilidades de aporte que pueden darse desde esta ciencia.

e. Medios de Comunicación Social

“Los medios de comunicación son, como dice la UNESCO, un sistema educativo alternativo, universal, permanente y más potente que cualquier otro; que necesita un tratamiento, un aprendizaje desde el otro sistema educativo” (Ambròs & Breu, 2011, p. 15)

De ello se deriva la gran importancia de los medios de comunicación para la sociedad, al constituirse en un instrumento que puede cambiar y mejorar la cultura y calidad de vida de una comunidad. Las mass media desde su creación han aportado significativamente en el desarrollo de la cultura de la cultura de los pueblos, con ser los canales de difusión de las manifestaciones culturales y artísticas.

La radio

La radio ha sido desde sus comienzos el medio de transmisión de cultura e información por excelencia. “La aparición de la televisión y en mayor medida de Internet ha puesto a prueba su capacidad de adaptación a los tiempos que corren” (Méndez, Montiel, Moreno & Muñoz, 2013, p.6)

Se profundizó un poco más en este medio de comunicación específicamente, en vista que en el cantón Puyango, objeto de estudio, es el único con el que se cuenta.

f. Periodismo

“El objetivo principal del periodismo era crear espacios donde los nuevos usuarios pudieran interactuar con otros, deliberar y resolver problemas”.
(Pastor, 2010, p. 41)

Definir esta práctica permitió establecer las funciones y obligaciones de quienes ejercen esta profesión, pues de la concepción se dedujo que el periodista debe buscar mostrar, hechos e información que aporte a la educación y cultura de la gente.

El periodista no es responsable de las declaraciones calumniosas ni injuriosas de otras personas, ni siquiera al difundirlas. Una entrevista en la que el periodista se limita a no hacer suyas las afirmaciones del entrevistado sino simplemente a difundirlas es el ejemplo paradigmático del llamado “reportaje neutral” en el que el periodista no puede ser acusado de asumir las tesis de su entrevistado. (Climent, 2012, p.76)

h. Campañas Publicitarias

Julián Guzmán (2003) enfatiza que:

La campaña está diseñada en forma estratégica para lograr un grupo de objetivos y resolver algún problema crucial. Se trata de un plan a corto plazo que por lo general, funciona durante un año o menos. En un plan de campañas se resume la situación en el mercado y las estrategias y tácticas para las áreas primarias de creatividad y medios, así como otras áreas de comunicación de mercadotecnia de promoción de ventas, mercadotecnia directa y relaciones públicas. (p. 9)

Al ser la campaña publicitaria la propuesta planteada a la problemática que se estudió de esta investigación, fue muy necesario profundizar en los conocimientos sobre los objetivos, características y acciones esta estrategia comunicativa.

El desarrollo de una campaña requiere la participación de un equipo de comunicación y marketing calificado, con pensamientos estratégico y visión holística.

i. Publicidad

A decir de Cerda (2000) lo curioso de la publicidad

Es que no son necesariamente los anuncios que más nos gustan los que más efecto nos causan. De hecho hay algunos que son excelentes; no se cansa uno de verlos, y cuando se piensa en ellos, uno no recuerda lo que estaban anunciando; o si lo recuerda (por ejemplo coches), no recuerda cual era la marca anunciada. (p.17)

Ante ello se puede describir a la publicidad como una forma de comunicación muy común que hoy en día, se usa para promocionar y vender un determinado tipo de bien o servicio.

Kotler y Armstrong (2013) definen a la publicidad como:

"Cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado."

Es así que la publicidad se constituye en actividades de comunicación, que en la mayoría de casos son unilaterales. Entre las características más comunes para toda publicidad, encontramos que son de carácter remunerado y controlado y que utilizan los medios masivos proviene de la heterogeneidad del público receptor.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

La metodología sirvió para relacionar los métodos integrantes de análisis de datos, así como para justificar la selección e interpretación de los datos recogidos en el trabajo de campo y los conceptos científicos aplicados en la investigación.

La investigación proveyó un diseño de tipo exploratorio y descriptivo, mediante la aplicación de una metodología de estudio de caso. Para ellos fue necesaria la combinación metodológica de tipo cualitativa, que incluyó la configuración de técnicas de análisis documental; entrevistas semiestructada, encuesta y observación directa

1. Métodos

Los métodos de investigación que se utilizó en el trabajo propuesto son los siguientes:

1.1. Exploratorio: que tienen por objetivo, la formulación de un problema para posibilitar una investigación más precisa o el desarrollo de una hipótesis. Permite al investigador formular hipótesis de primero y segundo grado. En esta investigación se aplicó en el problema de investigación con el propósito de destacar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior.

1.2. Descriptivo: que se ocupa de la descripción de datos y características de una población. En este caso se utilizó con el fin de adquirir datos objetivos, precisos y sistemáticos que se usaron en promedios, frecuencias y cálculos

estadísticos similares. Dichos estudios permitieron a la investigadora tener una noción mucho más clara de las necesidades de todo el proceso de acuerdo a las realidades

1.3. Analítico: Este método permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías. En esta investigación permitió la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. Permitió analizar los diferentes aspectos de la comunicación y el periodismo que se plantearon en esta investigación.

1.4. Método Inductivo: consiste en establecer enunciados universales ciertos a partir de la experiencia, esto es, ascender lógicamente a través del conocimiento científico, desde la observación de los fenómenos o hechos de la realidad a la ley universal que los contiene. Es un procedimiento en el que se ascendió de lo particular a lo general. Se utilizó para la observación, pues, se clasificó los hechos para luego de que el tema fuese establecido; estar en la capacidad de sacar conclusiones, recomendaciones y proponer soluciones al problema planteado.

1.5. Método Deductivo: el deductivismo implica que la estadística y el conocimiento empírico es tan transitorio que no vale la pena y que un primer análisis deductivo puede proporcionar una mejor comprensión de un determinado fenómeno. Consistió en la totalidad de reglas y procesos, con cuya ayuda fue posible deducir conclusiones finales a partir de unos enunciados

supuestos llamados premisa, es por ello que en la presente investigación se utilizó para extraer las conclusiones y recomendaciones.

2. Técnicas

Como técnicas se utilizaron, en primer lugar la observación directa, que permitió establecer las primeras aproximaciones referentes a la problemática planteada en este estudio.

La entrevista es el segundo instrumento a utilizar, mismo que tuvo como fin aportar con testimonio y opiniones de ciertos habitantes del cantón, objeto de estudio. Dichas entrevistas se utilizaron al alcalde, y dos autoridades, la primera del gobierno y un representante de la población.

Finalmente se utilizó la encuesta, misma que fue aplicada a la muestra seleccionada del universo a investigar. Tiene como fin brindar datos concretos que permitieron a la investigadora comprobar o desaprobar la hipótesis, verificar los objetivos, así como obtener las pautas necesarias para las conclusiones y recomendaciones finales del trabajo investigativo.

El universo a investigar estuvo constituido por la población del cantón Puyango que para objetos de investigación fue un universo finito, integrado por 99 personas.

La fórmula que se utilizó fue la siguiente

En donde

n= muestra

N= Población

$$n = \frac{N}{1 + (0.1)^2 (N)}$$

$$n = \frac{15513}{1 + (0.1)^2 (15513)} = \frac{15513}{1 + 0.01 (15513)} = \frac{15513}{1 + 155,13} = 99,35 = 99$$

f. RESULTADOS

1. ¿Escucha usted radio?

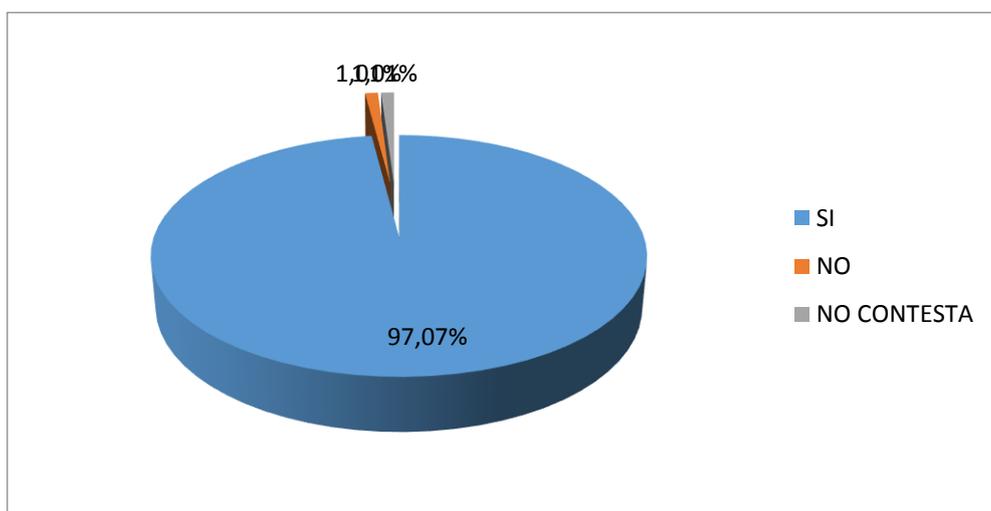
Cuadro Nro. 1

| Ítem | f. | % |
|--------------|-----------|------------|
| Si | 97 | 97.97% |
| No | 1 | 1.01% |
| No contesta | 1 | 1.01% |
| TOTAL | 99 | 99% |

Fuente: encuesta aplicada a la población del cantón Puyango, año 2015

Autoría: Karina Añazco

Figura Nro. 1



Análisis e interpretación de la información

Quienes sintonizan el medio de comunicación electrónica “la radio” del universo encuestado es el 97,97% que comprende a 97 encuestados y que responden afirmativamente a la interrogante, argumentando que en la mayoría de los casos, lo efectúa, para mantenerse informados de los acontecimientos de la localidad, además, también lo realizan como una forma de entretenimiento. Mientras que el 1,01%, que equivale a 1 persona, responde negativamente y otra no contestan.

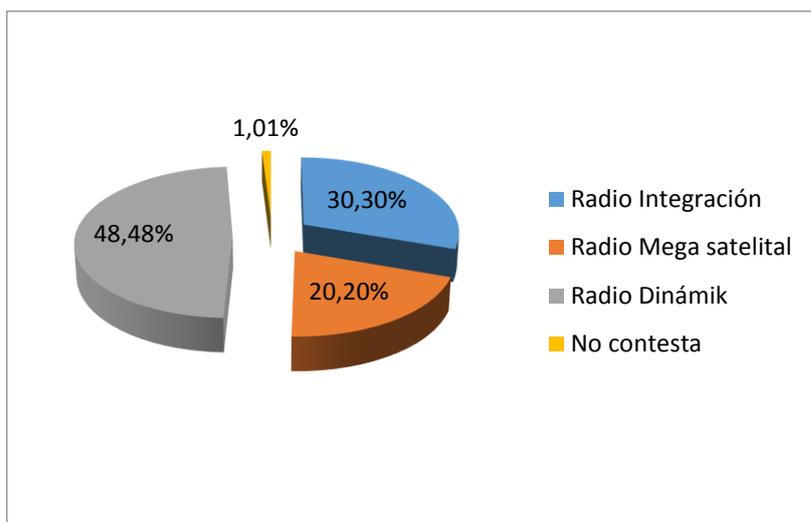
2. ¿Cuál de las radios del cantón Puyango es de su preferencia?

Cuadro Nro. 2

| Ítem | f. | % |
|----------------------|-----------|------------|
| Radio Integración | 30 | 30.30% |
| Radio Mega Satelital | 20 | 20.20% |
| Radio Dinamik | 48 | 48.48% |
| No contesta | 1 | 1.01% |
| TOTAL | 99 | 99% |

Fuente encuesta aplicada a la población del cantón Puyango, año
Autoría: Karina Añazco

Gráfico Nro. 2



Análisis e interpretación de la información

Referente a la pregunta dos, los encuestados responden que la radio de su preferencia es un 48,48% que equivale a 48 personas es radio Dinamik. Un grupo de 30 individuos equivalentes 30.30% se inclina por radio Integración. Finalmente un 20.20% que es igual 20 integrantes de la muestra encuestada señala que su radio favorita es la Mega Satelital

La muestra que se inclina por la Radio Dinamik, argumentan que esto se debe a que es el medio de comunicación de la localidad que mejor informa. Por otro lado quienes citaron que radio Integración es la de su preferencia, explican que esto se debe a la variada programación que ofrecen, en especial programas formativos y de interacción con la ciudadanía. Finalmente quienes gustan de la radio Mega Satelital indican que esto es por su programación entretenida.

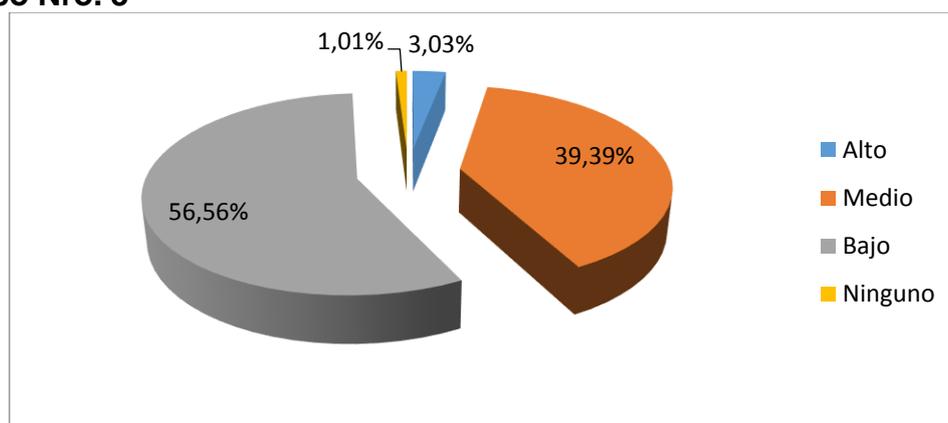
3. ¿Cómo calificaría sus conocimientos sobre el manejo de la basura y su reciclaje?

Cuatro Nro. 3

| Ítem | f. | % |
|--------------|-----------|------------|
| Alto | 3 | 3.03% |
| Medio | 39 | 39.39% |
| Bajo | 56 | 56,56% |
| Ninguno | 1 | 1.01% |
| TOTAL | 99 | 99% |

Fuente: encuesta aplicada a la población del cantón Puyango, año
 Autoría: Karina Añazco

Gráfico Nro. 3



Análisis e interpretación de la información

De los encuestados un 56.56% que es igual a 56 personas señala que su nivel de conocimientos sobre el manejo de la basura y su reciclaje es bajo, mientras

que un 39,39% que equivale a 39 encuestados indica que su nivel es medio. Por otro lado, un 3.03% cuya equivalencia es de 3 personas, considera que su nivel de conocimientos es alto y finalmente un 1.01% señala no tener ningún conocimiento del tema citado.

Quienes en esta interrogante se inclinan por el bajo nivel en conocimientos sobre el manejo de la basura y su reciclaje, explican que, si bien el municipio facilita la recolección de la basura, en el sector no hay muchas informaciones sobre el tema y por ende no se informa sobre el mismo. El grupo de encuestados que consideran medio sus conocimientos señalan, que esto se debe a que se han preocupado individualmente por informarse medianamente sobre la temática. Por otro lado quienes argumentan tener conocimientos altos sobre el reciclaje indican que esto se debe a estudios de nivel superior que han cursado. Finalmente un encuestado considera no tener ningún conocimiento, pues explica que la temática es nueva para él.

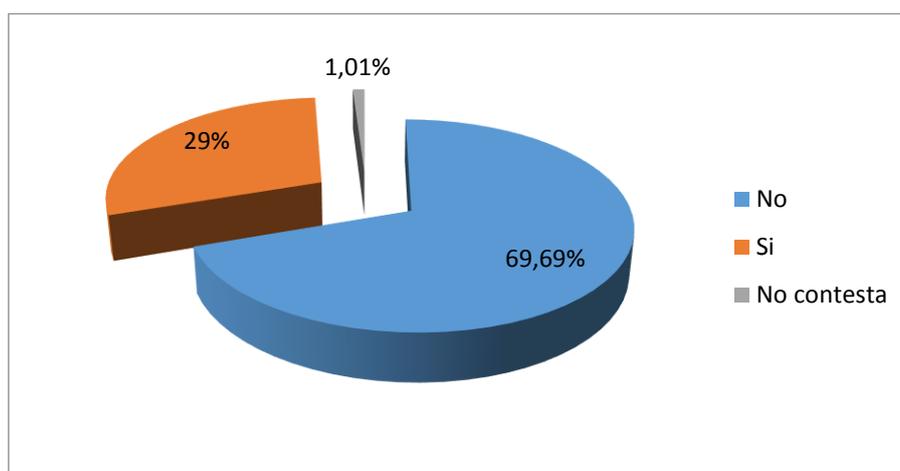
4. ¿Ha escuchado algún tipo de comunicación sobre el reciclaje y manejo de la basura en las radios del cantón Puyango?

Cuatro Nro. 4

| Ítem | f. | % |
|--------------------|----|--------|
| Si | 29 | 29.29% |
| No | 69 | 69.69% |
| No contesta | 1 | 1.01% |
| TOTAL | 99 | 99% |

Fuente: Población del cantón Puyango
 Autoría: Karina Añazco

Gráfico Nro. 4



Análisis e interpretación de la información

Respecto a la pregunta cuatro, un 69,69% que corresponde a 69 personas manifiestan que no han escuchado algún tipo de comunicación sobre reciclaje y manejo de la basura en las radios del Puyango, mientras que el 29.29% que es igual a 29 individuos, indica que si ha escuchado.

Los encuestados que señalan haber escuchado algún tipo de comunicación sobre el reciclaje y manejo de la basura en las radios del cantón Puyango, señalan que estas han sido cuñas radiales, en donde se indica que tipo de basurero se debe utilizar por día

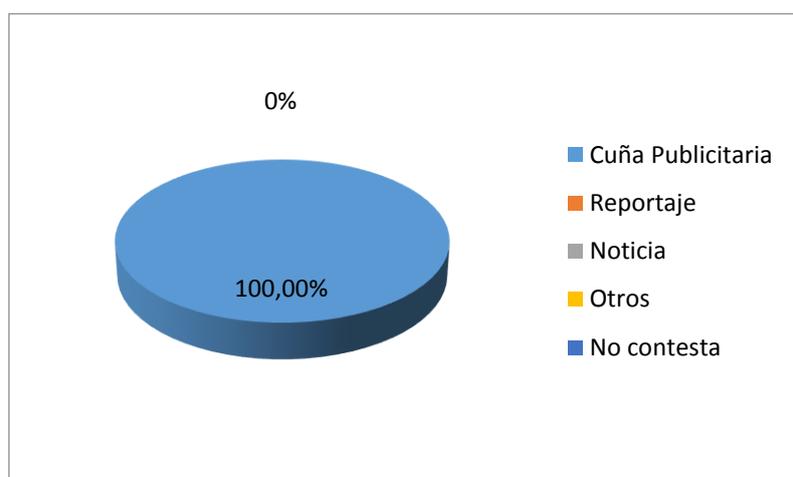
5. ¿Qué tipo de comunicación ha escuchado?

Cuatro Nro. 5

| Ítem | f. | % |
|--------------------------|----|------|
| Cuña Publicitaria | 29 | 100% |
| Reportaje | 0 | 0% |
| Noticia | 0 | 0% |
| Otros | 0 | 0% |
| No contesta | 1 | 0% |
| TOTAL | 29 | 100% |

Fuente: encuesta aplicada a la población del cantón Puyango, año
Autoría: Karina Añazco

Gráfico Nro. 5



Análisis e interpretación de la información

De los encuestados que indica haber escuchado algún tipo de comunicación sobre el reciclaje y manejo de la basura en las radios, el 100% señala que el tipo de comunicación utilizada es cuñas radiales, pues existe un pautaaje efectuado por el gobierno local para este tipo de producto comunicacional.

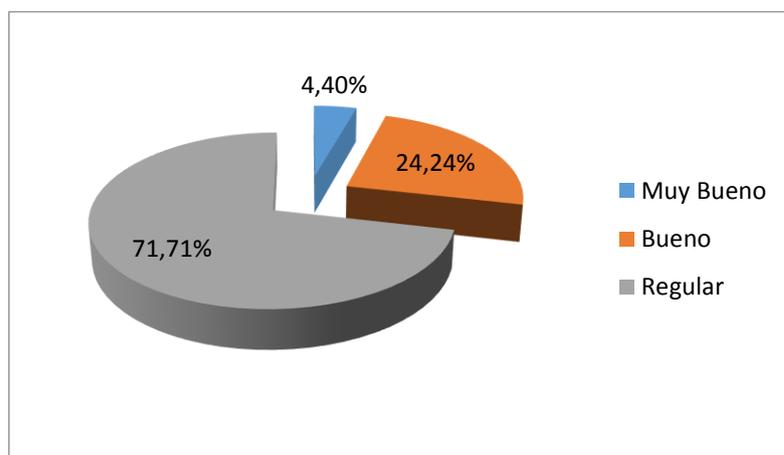
6. ¿Cómo calificaría el aporte de los medios de comunicación del cantón Puyango en la concienciación del manejo de la basura y reciclaje?

Cuadro Nro. 6

| Ítem | f. | % |
|------------------|----|--------|
| Muy bueno | 4 | 4.4% |
| Bueno | 24 | 24.24% |
| Regular | 71 | 71.71% |
| TOTAL | 99 | 99% |

Fuente: encuesta aplicada a la población del cantón Puyango, año
Autoría: Karina Añazco

Gráfico Nro. 6



Análisis e interpretación de la información

De la muestra un 71.71% que corresponde a 71 personas, califica como Regular el aporte de los medios de comunicación del cantón Puyango en la concienciación del manejo de la basura y reciclaje, mientras que un 24,24% equivalente a 24 encuestados, señala que es Bueno y finalmente un 4.04% que es igual a 4 personas indica que es Muy bueno.

Los encuestados indican que el aporte que se calificado como Regular se debe a que no se evidencia su interés por difundir ni educar sobre la temática citada.

El grupo que considera Bueno el aporte de los medios de comunicación del cantón Puyango en la concienciación del manejo de la basura y reciclaje, explica que existe publicidad en algunas de estas radios sobre el tema. Finalmente un mínimo porcentaje de los encuestados se inclina por la variable Muy Bueno, argumentando que los medios hacen lo que está en sus manos.

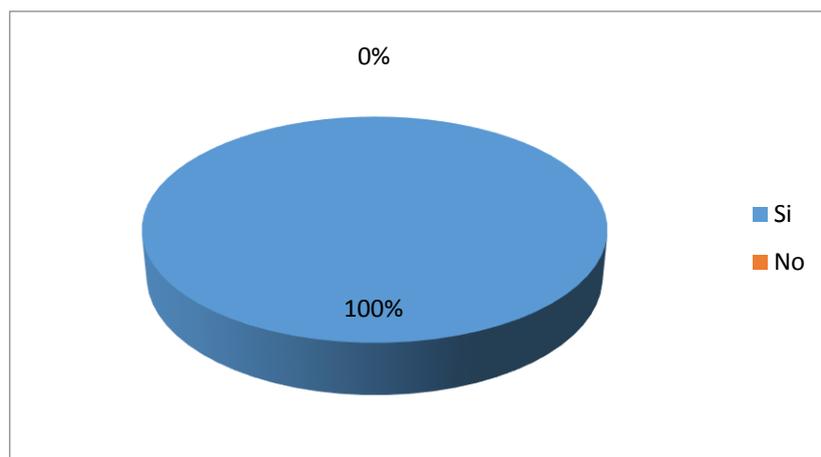
7. ¿Considera pertinente que se difunda información sobre la temática del manejo de la basura y su reciclaje?

Cuadro Nro. 7

| Ítem | f. | % |
|--------------|----|------|
| Si | 99 | 100% |
| No | 0 | 0% |
| TOTAL | 99 | 100% |

Fuente: encuesta aplicada a la población del cantón Puyango, año
Autoría: Karina Añazco

Gráfico Nro. 7



Análisis e interpretación de la información

Los encuestados que es igual a 99 individuos indica que si consideran pertinente que se difunda información sobre la temática del manejo de la basura y su reciclaje.

La totalidad considera pertinente que se difunda información sobre el manejo de la basura y su reciclaje, pues indican que esto podría ayudar significativamente a los hábitos de la población y mejorar su calidad de vida, así como también a la conservación del medio ambiente.

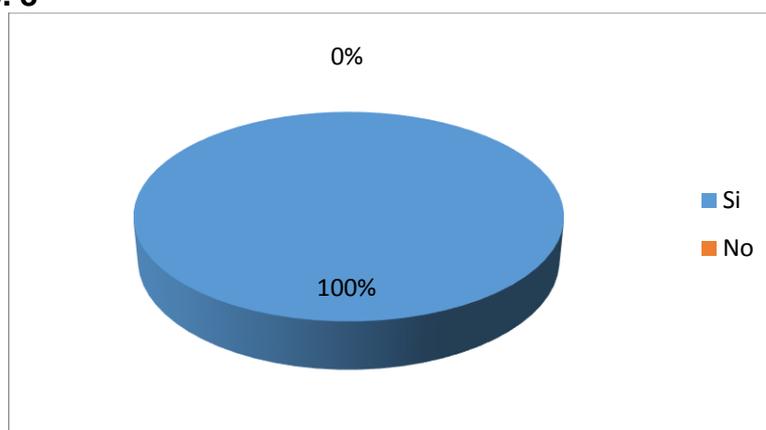
8. ¿Considera que el gobierno local debería efectuar campañas de comunicación que difundan el tema del manejo de la basura y su reciclaje?

Cuatro Nro. 8

| Ítem | f. | % |
|--------------|----|------|
| Si | 99 | 100% |
| No | 0 | 0% |
| TOTAL | 99 | 100% |

Fuente: encuesta aplicada a la población del cantón Puyango, año
Autoría: Karina Añazco

Gráfico Nro. 8



Análisis e interpretación de la información

Un total de 99 personas que equivale al 100% de los encuestados considera que el gobierno local debería efectuar campañas de comunicación que difundan el tema del manejo de la basura y su reciclaje.

De la muestra encuestada, la totalidad cree que es una obligación del gobierno local el concienciar sobre la temática del reciclaje, a través de todos los medios posibles, así como campañas publicitarias, entre otras actividades, pues esto ayudaría a la población de este cantón a efectivizar hábitos saludables sobre el tema.

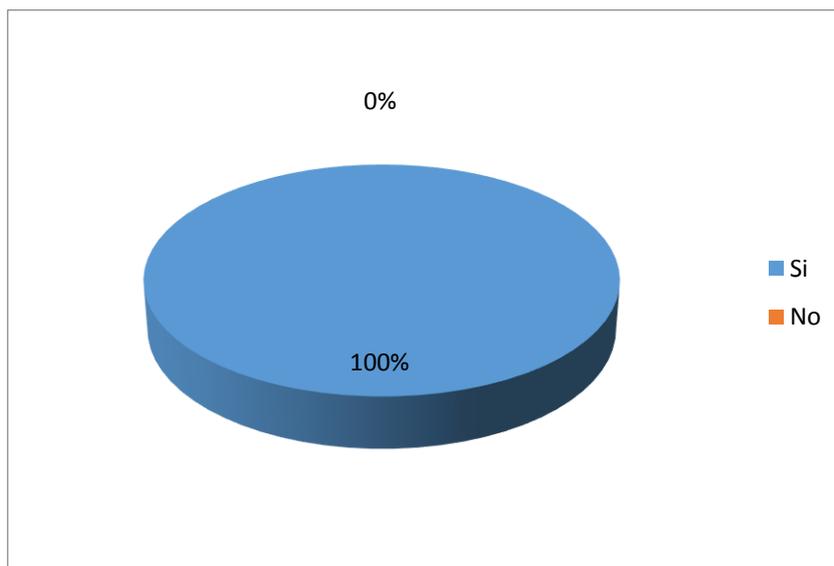
9. ¿Cree que los medios de comunicación deberían contribuir a la sociedad a partir de la difusión de temas como el manejo de la basura y su reciclaje’?

Cuadro Nro. 9

| Ítem | f. | % |
|--------------|----|------|
| Si | 99 | 100% |
| No | 0 | 0% |
| TOTAL | 99 | 100% |

Fuente: encuesta aplicada a la población del cantón Puyango, año
Autoría: Karina Añazco

Gráfico Nro. 9



Análisis e interpretación de la información

El 100% de los encuestados, responde afirmativo a la interrogante que indica que los medios de comunicación deberían contribuir a la sociedad a partir de la difusión de temas como el manejo de la basura y su reciclaje, pues debería ser un tema prioritario para contribuir a la conservación del medio ambiente.

Toda la muestra investigada considera necesario que los medios de comunicación deben contribuir a la sociedad a partir de la difusión de temas como el manejo de la basura y su reciclaje, pues, a decir de los encuestados, estos fueron creados para servir a la sociedad.

ENTREVISTAS

Entrevista 1:

Ingeniera Karina Jaramillo, ciudadana del Cantón Puyango.

¿Ingeniera, cómo ve usted sobre la recolección de basura en nuestro sector?

Bueno sobre el tema de la recolección de basura si falta mucho en nuestro cantón, porque muy pocos de los ciudadanos sabemos los horarios y en si sabemos cómo se maneja sobre este asunto de la recolección.

¿Cree usted que los medios también deben contribuir a través de la difusión de temas de recolección de basura, cuñas publicitarias, para que ellos puedan realizar concientización en la ciudadanía?

Claro que sí, ellos juegan un papel muy importante porque aquí tenemos tres radios prestigiosas que sintonizadas a nivel del cantón y a través de ellos podremos saber cómo el municipio lleva el manejo de la recolección de basura, los horarios y como se debería organizar

¿Cree usted que también es necesario que el gobierno local se involucre efectúe la campaña de comunicación que difundan este tema de sobre este tema de la recolección de basura?

Creo que sí, aparte del gobierno, los jóvenes y el pueblo mismo deberíamos hacer conciencia sobre el tema de la recolección de la basura sobre la separación de la basura para poder hacer mejor las cosas.

Entrevista 2:

Doctora Tatiana Acosta

¿Cómo ve usted el tema del reciclaje que se da en nuestro sector?

Primeramente debemos de hacer una campaña de concientización para la ciudadanía ya de que nosotros aun no conocemos el valor que tiene al reciclar la basura en nuestro sector, por decir los desechos orgánicos con los inorgánicos

¿Cómo ve usted a los medios de comunicación como han influenciado en la ciudadanía para que pueda haber un buen o mal reciclaje?

Afecta en gran número, ya que depende mucho porque ninguno de los tres medios de comunicación que yo he escuchado, no han hecho una campaña agresiva referente a este tema, es decir que no estamos enterados del impacto de no reciclar correctamente la basura en el medio ambiente.

¿Cree usted que las autoridades deben inmiscuirse en este espacio y poder llegar a la ciudadanía a través de cuñas radiales, programas, eventos para que así la ciudadanía también tome conciencia?

Claro que sí, las autoridades que están a cargo de esto, ya que muchas de las autoridades son solo autoridades de escritorio y nos salen a las calles o también se puede hacer una campaña de puerta a puerta en la que se pueda ir indicando a través de hojas, boletines, del cómo se debe reciclar correctamente la basura.

Entrevista 3:

Sra. Isabel Córdova, ciudadana.

¿Cómo ve usted sobre el tema de reciclaje en nuestro sector?

El tema de reciclaje va dando sus avances en nuestro sector, ya que a los ciudadanos nos falta culturizarnos un poquito más en esto, y que ahora hay

facilidades por parte de las autoridades que están dando a través del municipio sobre el reciclaje, y han puesto botellas grandes con el fin de reciclar no para basurero, y falta concientización y aquí sería una labor muy grande con campañas radiales para lograr el objetivo que se ha propuesto sobre que es reciclar botellas.

¿Cree usted que quizás hace falta que los medios de comunicación se involucren en esto con la ciudadanía?

Bastante, bastante, hace falta bastante, ya que hay unas campañas muy motivadoras, no solo con las personas adultas, con los niños, para que se valore lo que es cuidar el medio ambiente.

¿Usted cree que las autoridades se deben involucrar mucho en hacer algún evento para socializar a la gente para hacerles conocer sobre esto?

Yo creo que si, porque no solo es una campaña de pasar la voz, los ciudadanos no actuamos por multas ni por condicionamiento sino por concientización del pueblo, si yo boto un plástico demora mucho es deshacerse, se deben hacer campañas bastante grandes no solo a la ciudadanía en colegios, escuelas sino para comprometernos todos en utilizarlos en bellezas que se pueden hacer.

Entrevista 4:

Ing. Jandry Rojas, Alcalde encargado de Cantón Puyango.

En el tema de reciclaje como se ha involucrado el municipio.

En el tema de reciclaje y como política institucional está el cuidado del medio ambiente, el reciclaje es uno de los aspectos, herramientas que permite cuidar y proteger el medio ambiente. Hace mucho tiempo atrás se ha venido trabajando en campañas de reciclaje, en el municipio se lo hace, lastimosamente no contamos con un espacio adecuado, en lo que se llama relleno sanitario,

tenemos que mejorar esto, ya que no se lo ha venido manejado de buena manera, y eso genera de que no seamos eficientes en el asunto del reciclaje, estamos haciendo algunas acciones, se separa lo que es la parte inorgánica con la parte orgánica, se está trabajando también en la parte orgánica con compost para la producción de árboles frutales, de café de plantas etc.,. Que permitirá de alguna manera la forestación, en el tema de inorgánicos se lo está comercializando a través de gente que compra, que compra y se lo llevan a otro lugar a comercializar.

Cree usted que también la ciudadanía debería involucrarse de manera formal en este caso, tomar esa conciencia que debe haber de cada personas.

Aquí en el cuidado medio ambiental es una corresponsabilidad. El municipio debe tomar la batuta, pero la gente también debe comprometerse a este gran objetivo nacional y mundial, que es cuidar el medio ambiente. El reciclaje es uno de los aspectos que permite justamente conservar y ayudar mitigar el gran impacto medioambiental que estamos sufriendo en los últimos años porque justamente no se ha tomado las precauciones. Entonces la gente está consiente, acá en el cantón Puyango, se utilizan dos tachos de basura un verde y un negro, el verde es el que tiene productos orgánicos, frutas, cascaras, etc., y lo inorgánico en el tacho negro. El municipio tiene horarios de recolección para que no se mezcle la basura orgánica con la inorgánica. Estamos nosotros como municipio fallando en algo ahí, de que existe las herramientas para que la gente recicle, pero mucha de las personas no están haciendo las cosas como deben de ser, ya que la ordenanza que también existe es muy permisiva, muy baja,

entonces es función como concejales reformar esta ordenanza, para que a lo mejor la multa cuando se mezcle la basura sean mucho mayores.

Ingeniero había hablado con algunos ciudadanos, me manifestaban que si existe los horarios en que pasa el carro de la basura, que se hace la recolección y todo eso, pero que quizá haga falta una sirena algo que motive a la ciudadanía para estar alerta.

Efectivamente, es un ejemplo que se lo podría tomar de la ciudad de Loja, la ciudad de Loja fue un estandarte en el tema de cuidado medio ambiental, de la limpieza de la ciudad, de recolección. Sería un buen mecanismo, sería una forma, y a veces se nos complica como institución cumplir con horarios, ya que nosotros hacemos la recolección de todo el cantón Puyango. Actualmente estamos entrando al sector periférico del cantón Puyango, hablese de las parroquias rurales y de la parte periférica de la parroquia Alamor, que es la más grande, que son los barrios rurales en cierta manera, estamos entrando hacia allá porque realmente no se estaba haciendo ninguna recolección ahí, la gente estaba botando los desperdicios, especialmente los inorgánicos a los filos de las quebradas abandonadas, etc., era un mal aspecto tanto para las comunidades y también estábamos afectado directamente al medio ambiente. Entonces ahora se ha intervenido en la recolección a esos lugares donde no se lo estaba haciendo. Entonces acá se nos complica el asunto porque tenemos un solo carro recolector y la población actual ha incrementado, tenemos muchos barrios, que se han creados, nuevos, y a veces se nos complica, pero una solución podría ser lo que tú dijiste tener una sirena o una alerta que sería una buena alternativa.

El tema de mi tesis es más basado como los medios de comunicación llegan a la ciudadanía con este tema del reciclaje, como tiene esa influencia en los ciudadanos para que exista un buen reciclaje, usted cree que quizá a través de cuñas publicitaria, spot, programa radial o programas dentro sector, se puede también involucrar a la ciudadanía y hacer que tomen esta conciencia, que es lo más importante.

Nosotros cuando llegamos a la administración encontramos que el asunto medio ambiental poco o nada se le daba importancia es por eso que te comento que tenemos un relleno sanitario que ya está colapsado, que nosotros tenemos que en dos años cambiar ese relleno sanitario, porque o sino las multas de medio ambiente son complicadas. En el municipio, en el GAD de Puyango existe una tasa por impacto medioambiental, que la pagan todos los ciudadanos, absolutamente en el impuesto predial, pagamos esas tasa por medioambiente, pero lastimosamente esos recursos no han sido designado a lo que fueron creados ósea conservar el medio ambiente, y parte de ello es el reciclar y parte de ello son las campañas publicitarias, estamos empezando a hacerlas, a lo mejor falta un poco más de énfasis, darne mayor continuidad, hacer otro tipo de programaciones, motivar a la gente de alguna manera. Pero nuestro plan es el próximo año y este año mismo incrementar e implementar nuevas políticas y estrategias comunicacionales que vaya a mejorar el asunto de comunicación y de lo que tú comentas el reciclaje.

g. DISCUSIÓN

Comprobación de Objetivos

Objetivo General

Analizar el aporte que brindan los medios de comunicación del cantón Puyango a la concienciación sobre el manejo de la basura y su reciclaje y determinar la incidencia en la población de dicho cantón, a fin de realizar una propuesta que permita mejorar la actitud y responsabilidad de la comunidad sobre el tema.

- El objetivo general se comprobó a través de la pregunta 6 de la encuesta aplicada que indica: *¿Cómo calificaría el aporte de los medios de comunicación del cantón Puyango en la concienciación del manejo de la basura y reciclaje?*

En dicha interrogante un 71.71% de los encuestados lo califica como Regular, pues considera que no se evidencia su interés por difundir ni educar sobre la temática citada. Mientras que un porcentaje menor, específicamente un 24,24% de encuestados, señala que es Bueno, ya que explican que existe publicidad en algunas de estas radios sobre el tema.

Objetivos Específicos

Sustentar teóricamente el presente trabajo investigativo y por ende la problemática planteada, a fin de desarrollar un trabajo académico de alto nivel.

- Este objetivo específico se verificó a través de la investigación y sustentación bibliográfica citada en el marco teórico del proyecto de investigación previamente aprobado.

Diagnosticar el nivel de concientización sobre el manejo de la basura y su reciclaje, en la población del cantón Puyango.

- El segundo objetivo específico se verificó con la pregunta 3 de la encuesta aplicada a la muestra que dice lo siguiente: *¿Cómo calificaría sus conocimientos sobre el manejo de la basura y su reciclaje?*

En la cual, del 100% de los encuestados un 56.56% señala que su nivel de conocimientos sobre el manejo de la basura y su reciclaje es bajo, indicando que, es porque en el sector no hay muchas informaciones sobre el tema y por ende no se informa sobre el mismo. Mientras que un 39,39% de encuestados que se inclinan por la variable medio, explican que esto se debe a que se han preocupado individualmente por informarse medianamente sobre la temática. Finalmente un 3.03% considera que su nivel de conocimientos es alto, pues indican que esto se debe a estudios de nivel superior que han cursado y una persona señaló no tener ningún conocimiento sobre el tema.

Proponer una posible solución, que dé respuesta a la problemática de la presente investigación.

- Este objetivo específico se verificó con la propuesta que se plantea al final de este trabajo investigativo.

Desarrollar una estrategia óptima que favorezca la propuesta de la problemática planteada.

- Este objetivo se verifica con la temática de la propuesta alternativa, que es sí, es producto de la pregunta 7 y 8 de la encuesta aplicada en el desarrollo del trabajo de campo, que dicen: *Considera que el gobierno local debería efectuar campañas de comunicación que difundan el tema del manejo de la basura y su reciclaje y Cree que los medios de comunicación deberían contribuir a la sociedad a partir de la difusión de temas como el manejo de la basura y su reciclaje.*

En el cual el 100% de los encuestados en las dos interrogantes responde afirmativamente. En el primer caso explicando que es una obligación del gobierno local el concienciar sobre la temática del reciclaje, a través de todos los medios posibles, así como campañas publicitarias, entre otras actividades, pues esto ayudaría a la población de este cantón a efectivizar hábitos saludables sobre el tema.

En la segunda pregunta, lo encuestados argumentan que es necesario que los medios de comunicación contribuyan a la sociedad a partir de la difusión de temas como el manejo de la basura y su reciclaje, pues a decir de los encuestados, estos fueron creados para servir a la sociedad.

Validar el nivel de incidencia de los medios de comunicación en el conocimiento de la población de Puyango, sobre el manejo de la basura y su reciclaje.

- El último objetivo específico se verificó con la pregunta 4 y 5 de la encuesta que dicen: *¿Ha escuchado algún tipo de comunicación sobre el reciclaje y manejo de la basura en las radios del cantón Puyango?* y *¿Cómo calificaría el aporte de los medios de comunicación del cantón Puyango en la concienciación del manejo de la basura y reciclaje?*

En la primera un 69,69% manifiestan que no han escuchado ningún tipo de comunicación sobre reciclaje y manejo de la basura en las radios del cantón Puyango. Y el 29.29% indica que sí han escuchado, estos señalan que estas han sido cuñas radiales, en donde se indica qué tipo de basurero se debe utilizar por día

En la segunda interrogante, es predominante la calificación de Regular al aporte de los medios de comunicación del cantón Puyango en la concienciación del manejo de la basura y reciclaje, pues a decir de los encuestados esto se debe a que no se evidencia su interés por difundir ni educar sobre la temática citada.

Comprobación o desaprobarción de hipótesis

En el presente trabajo investigativo se planteó la siguiente hipótesis:

Los medios de comunicación del Cantón Puyango no contribuyen a la concienciación sobre el manejo de la basura y su reciclaje.

- Para la comprobación de la presente hipótesis se efectuó la aplicación de una encuesta, cuyas preguntas 4 y 5, dicen: *¿Ha escuchado algún tipo de*

comunicación sobre el reciclaje y manejo de la basura en las radios del cantón Puyango? y ¿Cómo calificaría el aporte de los medios de comunicación del cantón Puyango en la concienciación del manejo de la basura y reciclaje?

En el caso de la pregunta 4, un 29.29% de los encuestados dice haber escuchado solo cuñas radiales sobre la temática en las diferentes radios de su preferencia, esto deja entrever, que estos medios de comunicación no contribuyen a la difusión de la temática de estudio, pues dichas cuñas hablan acerca del uso de los tachos de basura por día, material publicitario difundido por el gobierno local, es decir que los medios de comunicación reciben un pago por la difusión de dichas cuñas.

En la pregunta 5 un 71.71% de los encuestados lo califica como regular, pues considera que no se evidencia su interés por difundir ni educar sobre la temática citada.

h. CONCLUSIONES

- El 97% de la muestra encuestada del cantón Puyango, sintoniza el medio de comunicación electrónico. la radio, pues este permite estar informados, y ofrece información variada.
- La radio más sintonizada del cantón Puyango es radio Dinamik, ya que a decir de la población es la que mejor informa sobre los hechos suscitados en la localidad.
- El 29% de la población del cantón Puyango tiene conocimientos básicos sobre el manejo y reciclaje de la basura, esto debido a que no cuenta con información al alcance de sus manos y no han sido educados sobre la temática. Quienes de la población poseen algunos conocimientos sobre la temática, los han adquirido por iniciativas de autoestudio y por el desarrollo de estudios superiores.
- El único tipo de comunicación escuchado en las radios locales del cantón Puyango sobre reciclaje, son las cuñas radiales que pauta el gobierno local, para informar los días de recolección de basura orgánica e inorgánica, que posteriormente es almacenada en el relleno sanitario y posteriormente tratada.
- Más de dos tercios de la población del cantón Puyango califica como regular el aporte de los medios de comunicación de la localidad, específicamente de las radios, en cuanto a la concienciación del manejo de la basura y su reciclaje, pues no se evidencia su interés por educar a la población en esta u otras temáticas sociales.

- El 100% de los encuestados el cantón Puyango considera pertinente que se difunda información sobre la temática del manejo de la basura y el reciclaje, pues creen que esto les ayudará a educarse sobre el tema y poner en práctica los conocimientos adquiridos.
- La totalidad de los encuestados del cantón Puyango considera que el gobierno local debería efectuar campañas de comunicación que difundan el tema del manejo de la basura y su reciclaje, pues consideran que es una obligación de esta autoridad concienciar a la población con temas prioritarios, que ayuden a mejorar su calidad de vida.
- La población encuestada del cantón Puyango, cree que los medios de comunicación de la localidad debería contribuir a la sociedad a partir de la difusión de temas como el manejo de la basura y su reciclaje, pues los principios para los que fueron creados son los de informar, educar y entretener. Esto debido a que en la actualidad los medios de comunicación de dicho cantón no emiten programas, ni segmentos en donde se haga alusión al tema del tratamiento de los desechos y el reciclaje.

i. RECOMENDACIONES

- Potenciar las radios de la localidad para que se afiance cada vez más el interés por este medios de comunicación.
- Se recomienda a las tres radios de la localidad evaluar los intereses de la población en cuanto a la programación y tipo de información que emiten, para establecer estrategias que eleven su sintonía, es decir tomar en cuenta temáticas que afecten a la comunidad y que con su tratamiento puedan aportar soluciones efectivas.
- Se recomienda a la población en general fomentar iniciativas de auto información y autoeducación de las temáticas prioritarias como el tratamiento de los desechos sólidos y el reciclaje, que pueden mejorar sus hábitos diarios y por ende mejorar su calidad de vida.
- A las radios de la localidad se recomienda crear espacios de difusión y educación sobre temáticas prioritarias que beneficien a la población, como por ejemplo el manejo de la basura y su reciclaje.
- A los medios de comunicación masiva de la localidad se les recomienda establecer mecanismos de aporte a la sociedad en cuanto a temas de interés social, en especial en la concienciación del manejo de la basura y su reciclaje.
- A los organismos públicos y privados, como gobiernos municipales, provinciales, empresas ambientalistas, que les compete el tema de concienciación del manejo de la basura y su reciclaje, se les recomienda desarrollar estrategias ya actividades (charlas, capacitaciones, foros, etc) que permitan llegar con información oportuna sobre la temática y sobre todo que conciencien sobre la relevancia y beneficios del reciclaje.

- Al gobierno local se le recomienda crear, diseñar y desarrollar campañas de comunicación, que informen y difundan a toda la población los principales principios y beneficios del manejo y reciclaje de la basura, a fin de mejorar los hábitos de la población en cuanto a la temática.
- A los medios de comunicación se les recomienda contribuir significativamente a través de su accionar diario en los diferentes programas emitidos por su señal electrónica, sobre la concienciación del manejo adecuado de la basura y su reciclaje. Creando espacios como cápsulas informativas, tips sobre el tema, notas periodísticas, reportajes entre otros formatos, que permitan llegar con un mensaje efectivo a la población.
- Se recomienda a los medios de comunicación digitales, difundir el tema de reciclaje y tratamiento de la basura, a través de artículos, noticias, videos, etc., a fin de crear una cultura ambiental en la población del Cantón Puyango.



Autora: Karina Alexandra Añasco

PROPUESTA ALTERNATIVA

TEMA: CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN, PARA CONCIENCIAR A LA POBLACIÓN DEL CANTÓN PUYANGO SOBRE EL MANEJO DE LA BASURA.

ANTECEDENTES

Ecuador es un país lleno de riquezas naturales, un paraíso medio ambiental ya que se cuenta con una de las reservas ecológicas más importantes en el mundo, por ello el cuidar nuestra riqueza natural debería ser una prioridad. En este contexto un problema que afecta directamente a todos los habitantes del planeta, es la escasa cultura ecológica, y de manera específica del reciclaje.

Gracias los resultados arrojados por medio de la presente investigación se determinaron la necesidad de crear una campaña de comunicación y publicidad, que permita enseñar el proceso adecuado de reciclaje y la importancia de esta práctica.

En este contexto hay que señalar que la propuesta se sustenta con el trabajo de campo realizado, tanto encuestas a la población en general, como entrevistas a personajes estratégicos que aportan al tema planteado.

Se debe indicar que está propuesta nace como parte de las recomendaciones de la muestra encuestada, es decir, que existe un antecedente de interés de la población en conocer más sobre el reciclaje.

JUSTIFICACIÓN

La presente propuesta se justifica en vista de la importancia de la concienciación del reciclaje, en vista de que es realmente relevante para la preservación del medio ambiente.

Con el reciclaje se evita el desperdicio de la materia prima y recursos no renovables, además se ahorra energía, se evita la contaminación y por ende se mejora la condición de nuestro planeta y el estilo de vida de la población.

En el cantón Puyango, esta temática no ha sido abordada, por tal razón existe un considerable desconocimiento de las formas correctas de reciclar, así como las ventajas que se obtiene de esta práctica. Por tal razón, resulta muy necesaria la implementación de una campaña de comunicación y publicidad, que llegué a la población investigada y que se constituya en un aporte a su calidad de vida.

ÁRBOL DE OBJETIVOS



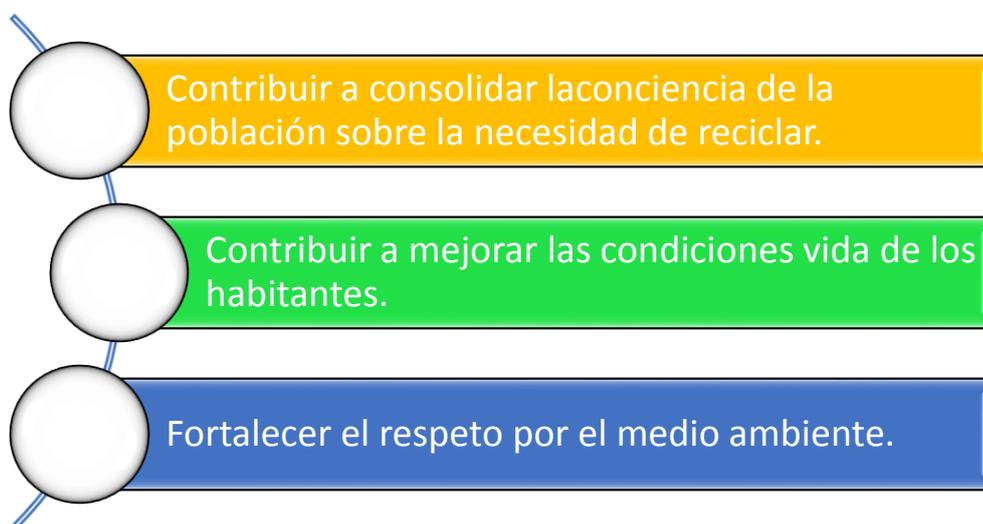
Fuente: Elaboración propia

VIABILIDAD Y FACTIBILIDAD

Esta propuesta es viable en vista de la necesidad de concienciación de sobre el reciclaje de la basura en la población del cantón Puyango, y sobre todo los daños que se provoca al medio ambiente cuando no efectúa esa práctica. Así mismo tiene las posibilidades de ser llevada a la práctica, en vista del interés suscitado por la población encuestada, además del valioso aporte que con seguridad dará dicha campaña de comunicación.

PROPÓSITOS DE LA PROPUESTA

Esta campaña publicitaria que se ha propuesto con el fin de aportar a la población del cantón Puyango está concebida como un producto comunicacional que:



Fuente: Elaboración propia

MATRIZ DE INVOLUCRADOS

| | | | | |
|--|--|--|---|------------------------------|
| Proyecto: Campaña de comunicación, para concienciar a la población del cantón Puyango sobre el manejo de la basura. | | | | |
| Objetivo: Concienciar a la población del cantón Puyango sobre el reciclaje de la basura | | | | |
| Involucrados | | Usuarios | Equipo técnico | |
| Universidad Nacional de Loja, Carrera de Comunicación. | Empresas Públicas y privadas y medios de comunicación del cantón Puyango | Público: Población de la provincia de Loja | Director de Tesis: Ing. Wilson Merino Alberca | Investigadora: Karina Añazco |

Fuente: Elaboración propia

CRONOGRAMA

| CRONOGRAMA | | | |
|---|--------|--------|--------|
| Actividades | Fase 1 | Fase 2 | Fase 3 |
| Investigación conceptual | X | | |
| Análisis de los elementos de la propuesta. | X | | |
| Elaboración de imagen de campaña | | X | |
| Elaboración de piezas publicitarias | | X | |
| Desarrollo de campaña | | | X |

RECURSOS Y PRESUPUESTOS

| cantidad | UNIDAD | ÍTEMS Y/O ARTÍCULOS | COSTE PARCIAL | COSTE TOTAL |
|-----------------------------|------------------------|-------------------------------------|--------------------------|-------------------------|
| RECURSOS HUMANOS | | | | |
| 50 | Horas | 1 investigador | 5.00 | 250,00 |
| <u>SUB-TOTAL</u> | | | | <u>\$250,00</u> |
| RECURSOS TÉCNICOS | | | | |
| 100 | Horas | Uso de computadora | 1.00 | 100,00 |
| 50 | Horas | Uso de la internet | 1.00 | 50,00 |
| <u>SUB-TOTAL</u> | | | | <u>\$150,00</u> |
| RECURSOS MATERIALES | | | | |
| 10 | Diseño | Artes de productos publicitarios | 100.00 | 400,00 |
| 10000 | Afiches | A3 | 0.50 | 500,00 |
| 3000 | Hojas volantes | A5 couche | 0,27 | 276,00 |
| 3 | Impresión de vallas | Full color | 200,00 | 600,00 |
| <u>SUB-TOTAL</u> | | | | <u>\$1776,00</u> |
| Imprevistos y gastos varios | | | | <u>500,00</u> |
| TOTAL | | | | <u>\$2676,00</u> |

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Nombre de la campaña: Yo reciclo, campaña ecológica de reciclaje

Slogan de la campaña: ya no es una opción, es tu obligación.

Diseño de imagen: María Ramírez

Logotipo:



Autora: María Ramírez



Autora: María Ramírez

| Concepto | Programas y planes | Acciones | Indicadores |
|---|--------------------------------------|---|--|
| Sensibilización de la población del cantón Puyango, a través de una campaña de comunicación y publicidad | Programa de Comunicación Y Marketing | Publicidad ATL <ul style="list-style-type: none"> • Afiches • Hojas volantes • Vallas • Pendones • Pantallas Publicidad BTL <ul style="list-style-type: none"> • Menciones radiales • Publicidad de prensa | <ul style="list-style-type: none"> • Número de afiches difundidos • Pautaje de radio y prensa • Contratación de vallas, pendones y pantalla. • Números de hojas volantes distribuidas. |
| | Programa de capacitación | Desarrollo de talleres <ul style="list-style-type: none"> • “Yo reciclo”, dirigido a niños, jóvenes y adultos. | <ul style="list-style-type: none"> • Informe de capacitaciones • Número de asistentes |
| | Programa de difusión on line | <ul style="list-style-type: none"> • Envío de mailing a correos electrónicos • Publicidad en páginas de empresas locales • Publicidad y mensajes básicos a través de Facebook y twitter | <ul style="list-style-type: none"> • Números de mailing enviados. • Números de usuario que reciben y comparten artes de campaña. |

Piezas Publicitarias

Afiche

YO  **reciclo**
campana ecológica de reciclaje

Clasificación de la basura

La basura orgánica

conocida también como biodegradable es todo desecho de origen biológico.



- Hojas
- Ramas
- Cáscaras
- Frutos en descomposición
- Restos de frutas o verduras
- Estiércol
- Huesos

La basura inorgánica



- Pilas
- Llantas
- Celulares
- Tazas rotas
- Botellas de plástico
- Envolturas
- Vidrio
- Plástico
- Papel
- Latas

**ya no es una opción
es tu obligación!**

Hojas volantes



Material POP



Vallas publicitarias



TALLERES

| TALLERES | OBJETIVO | TEMAS | REQUERIMIENTOS | HORAS |
|---------------------------|---|--|--|----------|
| “Yo recicló” (Niños) | Enseñar a los niños cómo y por qué reciclar | <ul style="list-style-type: none"> • La naturaleza, nuestro hogar • Calidad de vida. • Clasificación de la basura • Formas de reciclaje • Porque debemos reciclar | <p>Conferencista experto en el tema.</p> <p>Aula para los Talleres (en escuela)</p> <p>Infocus, portátil, diapositivas de trabajo.</p> <p>Folleto informativo sobre la forma de reciclar</p> | 16 horas |
| “Yo recicló” (jóvenes) | Sensibilizar a los jóvenes | <ul style="list-style-type: none"> • Medio ambiente y ecología • Reciclaje | <p>Conferencista experto en el tema.</p> | 16 horas |

| | | | | |
|------------------------|--|--|--|----------|
| | sobre la importancia de reciclar y el cuidado de medio ambiente. | <p>Definición de reciclaje</p> <p>Objetivos de reciclaje</p> <p>Incidencia en la calidad de vida.</p> <p>Formas de reciclaje</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clasificación de la basura • Calentamiento global. | <p>Aula para los Talleres (en escuela)</p> <p>Infocus, portátil, diapositivas de trabajo.</p> <p>Folleto informativo sobre la forma de reciclar</p> | |
| “Yo reciclo” (adultos) | Socializar los daños que puede provocar al medio ambiente, el no reciclar la basura. | <ul style="list-style-type: none"> • Medio ambiente y ecología • Reciclaje <p>Definición de reciclaje</p> <p>Objetivos de reciclaje</p> <p>Incidencia en la calidad de vida.</p> <p>Formas de reciclaje</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clasificación de la basura. • Calentamiento global. • Como mejorar el mundo de nuestros hijos. | <p>Conferencista experto en el tema.</p> <p>Aula para los Talleres (en escuela)</p> <p>Infocus, portátil, diapositivas de trabajo.</p> <p>Folleto informativo sobre la forma de reciclar</p> | 16 horas |

Twitter

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://twitter.com/YPuyango>. The browser's address bar shows "documental". The Twitter navigation bar includes "Inicio", "Notificaciones", "Mensajes", "# Descubre", and a search bar with "Buscar en Twitter". The profile header features a large green banner with the text "Yo reciclo" and a recycling symbol. The profile picture is a small green square with a recycling symbol and the text "Yo Reciclo Puyango". The bio reads "Yo Reciclo Puyango @YPuyango" and "Acabo de configurar mi Twitter. #miprimerTweet". The "SIGUIENDO" count is 22. A "A quién seguir" section lists three users: Byron Macas Estrada, Viviana Salazar, and Presidencia Ecuador. The browser's address bar shows "spot.com" and the search bar contains "municipio del canton puyango".

Publicidad en On line

The screenshot shows a website page for "MUNICIPIO DEL CANTÓN PUYANGO". The page has a green header with the text "MUNICIPIO DEL CANTÓN PUYANGO". The main content area features a date "martes, 13 de enero de 2009" and a headline "MUNICIPIO DE PUYANGO, LASTRO VÍA EN VICENTINO". Below the headline is a photograph of a group of people standing under a large orange canopy. The text below the photo reads: "El pasado 10 de enero se realizó la inauguración de la vía que va desde Piñas Lahamaca con el centro parroquial de Vicentino, que sirve a cinco comunidades; con la presencia del Alcalde del cantón Puyango Dr. Víctor Hugo Tinoco, el concejal Hugo Granda autoridades parroquiales líderes, y más de un centenar de habitantes del sector, el burgo maestro entregó la obra a la comunidad que viene a constituirse en la solución de una de las aspiraciones más sentida de la parroquia." To the right of the main content is a sidebar with a "Archivo de Noticias" section showing a list of news items for 2009 and 2008. Below this is a "Datos personales" section with a link to "MUNICIPIO DEL CANTÓN PUYANGO" and a "Ver todo mi perfil" link. The browser's address bar shows "spot.com" and the search bar contains "municipio del canton puyango".

j. BIBLIOGRAFÍA

- AGUILAR, M. & SALAS, A (1986) Hacia una sociedad sin basura. Reciclamiento urbano. GEA México
- Ambrós , A. & Breu, R. (2007) Cine y Educación. Barcelona: Graó. P.15
- Alsín, R. “Los modelos de la comunicación”, Tecnos, Madrid, 1995.
- Climent, Vicente. (2012) Tendencias periodísticas 2012-2043, Editorial Club Universitario. Valencia – España. P. 76.
- Cerdá, Ramón. (2000) Manual de Publicidad, España, p. 17
- Díaz, B. (2013) “La prensa en el nuevo ecosistema informativo” Ediciones Ariel, Barcelona – España. p. 6.
- Deffis, C. (1990) La casa ecológica autosuficiente. Para climas cálido y tropical. Conceptos. México
- Domingo, Jesús. (2010) El niño y la televisión. Granada – España. Primera edición, p. 9
- Guzmán, Julián. (2003) Desarrollo de Campaña Publicitaria, México, p.9
- Hall, Richard. (1983) Organizaciones: estructura y proceso, sexta edición, México: Prentice Hall, p.33.
- Kotler P.& Armstrong G. (2013) Fundamentos de Marketing, décimo tercera edición. México.
- López, Viera, L. (2003) Comunicación Social, primera edición, Habana, pág. 23.
- Herrscher, Roberto (2012) Periodismo narrativo, Barcelona- España, primera edición, p. 19.
- Méndez, Montiel, Moreno & Muñoz Azcurrain. (2013) Estamos en el Aire: La crisis y la radio en España. Málaga – España. p.6.

- Pastor, Fernando (2003) Técnico en Publicidad. Vol. 1, Madrid –España, p. 113.
- Pastor, Lluís (2010) Periodismo Zombie en la era de las audiencias participativas. Editorial Advisory Board, Primera edición, Barcelona- España, p.41.
- Pérez, R. José (2013) La industria de la televisión en España: Un presente digital. Málaga- España.
- Puertas, Rosario. (2010) Comunicación Organizacional, universidad Técnica particular de Loja. Loja- Ecuador.
- Rodríguez, Darío (2006) Gestión Organizacional. Instituto de Sociología Pontificia Universidad de Chile.
- Sánchez, Enrique (2005) Medios de Comunicación y Democracia, primera edición, Bogotá, pág. 17.
- Samuel Yáñez, (2012) La televisión. Quito – Ecuador
- Valverde, T., Meave, J., Carabias, J. & Cano Z. (2005) Ecología y Medio Ambiente, primera edición, México

k. ANEXOS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS PRESENCIAL

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

PROYECTO DE TESIS

TEMA:

“Los medios de comunicación del cantón Puyango, provincia de Loja y su incidencia en el manejo de la basura y su reciclaje. Período enero a junio 2015. Propuesta – Alternativa”.

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

AUTORA:

Karina Añazco Campoverde

DIRECTOR:

Mg. Sc, Hever Sanchez

LOJA – ECUADOR
2015

a. TEMA

**“LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL CANTÓN PUYANGO,
PROVINCIA DE LOJA Y SU INCIDENCIA EN EL MANEJO DE LA
BASURA Y SU RECICLAJE. PERÍODO ENERO A JUNIO 2015.
PROPUESTA – ALTERNATIVA”.**

b. PROBLEMÁTICA

UBICACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

El cantón de Puyango, con su cabecera cantonal Alamor, perteneciente a la provincia de Loja. Limita al norte con la provincia de El Oro, al sur con los cantones Pindal y Celica, al este con el cantón Paltas y al oeste con el cantón Zapotillo.

Este cantón tuvo origen en la gran tribu de los Paltas, de las que se originan Naypiracas, Guambonas, Chitoques, Macullaracas, Urash y más comunidades indígenas que habitaron en lo que hoy se constituyen Alamor y sus parroquias.

Por decreto legislativo de la Asamblea Nacional Constituyente, expedido el 17 de enero de 1947 y firmado por el Dr. José María Velasco Ibarra en su segunda presidencia, Alamor se convierte en cabecera cantonal de Puyango el 23 de enero del mismo año.

Cuenta con una superficie de 643 km², temperatura media 18°C, altura 1380 msnm, tiene 16.800 habitantes. Una de las principales atracciones turísticas con las que cuenta es el Bosque Petrificado de Puyango.

SITUACIÓN ACTUAL DEL PROBLEMA

Las mass media o medios de comunicación social desde su creación han ejercido un gran poder e influencia en la toma de decisiones del público en general. Cabe indicar que desde su concepción a estos medios se les ha designado tres funciones básicas: la Informativa, educativa y recreativa, que se denomina también función lúdica o de entretenimiento.

Como parte de la función de educar está inmersa la difusión, y concienciación de diferentes ámbitos culturales. Entre ellos podemos destacar la concienciación

sobre el cuidado de nuestro planeta, es decir del medio ambiente, a través de estrategias, tácticas y acciones a ejecutar por la comunidad y los gobiernos locales.

Es por tal razón que los medios de comunicación como parte de su responsabilidad social deberían plantear planes de difusión a través de sus diferentes canales informativos.

En la realidad de Ecuador se puede observar que se da muy poca importancia a estas temáticas, priorizados los temas comerciales, que puedan representar mayores ingresos económicos al medio.

El caso del cantón Puyango no ha sido la excepción, pues se puede observar en la programación de las tres radios existente en este lugar, radio integración, mega satelital y dinamik, que poco o nada se ha efectuado sobre la problemática planteado en el presente trabajo investigativo.

DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.

En la actualidad, en el cantón Puyango la administración municipal ha establecido normas para la recolección de la basura, clasificándola en materia orgánica e inorgánica. Además, se ha comunicado que los días lunes, miércoles, viernes se recoge la basura orgánica, mientras que los días sábados y domingos se recolecta la basura inorgánica. Es necesario indicar que para regular dicho proceso existe una ordenanza que indica que en caso de no dividir correctamente la basura, la misma no será recogida y se aplicará una multa de 2% del salario básico.

Una vez aplicada la técnica de la observación en el lugar objeto de estudio, se establece que existe un porcentaje elevado de la población que no ha adquirido la cultura de reciclaje ni de manejo adecuado de la basura. Además los medios de comunicación existentes en el cantón Puyango no muestran un interés en concienciar a la población en dicha problemática, a pesar, que parte de las funciones de las mass media es el educar a su target.

Con lo expuesto y para dar mayor claridad al problema es necesario plantear las siguientes preguntas significativas:

- ¿Será que los medios de comunicación del cantón Puyango cumplen con los fines para los que fueron creados?
- ¿Los medios de comunicación del cantón Puyango aportan en la concienciación del manejo de la basura?
- ¿Cuáles serán las prácticas de responsabilidad sociales que cumplen los medios del cantón Puyango?

PROBLEMA:

¿CÓMO LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN INFLUYEN EN LA CONCIENCIACIÓN SOBRE EL MANEJO DE LA BASURA Y RECICLAJE Y SU INCIDENCIA EN LA POBLACIÓN DEL CANTÓN PUYANGO?

c. JUSTIFICACIÓN

En el presente trabajo investigativo se plantea el tema: “Los medios de comunicación del cantón Puyango, provincia de Loja y su incidencia en el manejo de la basura y su reciclaje. Periodo enero a junio 2015. Propuesta – Alternativa”, mismo que se justifica en los siguientes ámbitos:

INSTITUCIONAL

Al ser parte de la misión de la Universidad Nacional de Loja, “la formación académica y profesional, con sólidas bases científicas y técnicas que aporten al desarrollo integral del entorno y al avance de la ciencia”, se propone el presente trabajo que tiene como fin contribuir en los ámbitos diferentes ámbitos de la comunicación, como el periodismo de investigación, social, ambiental, así como también en la comunicación institucional y responsabilidad social.

Se justifica en este ámbito, además, por cumplir con la Resolución Nro. 046-R-UNL-2014, en el que indica que, el artículo 13 de la Ley Orgánica de Educación Superior, prevé las funciones del Sistema de Educación Superior, tales como promover la creación, desarrollo, transmisión y difusión de la ciencias, la técnica, la tecnología y la cultura; formar académicos, científicos y profesionales responsables, éticos y solidarios, comprometidos con la sociedad, debidamente preparados para que sean capaces de generar y aplicar sus conocimientos y métodos científicos, sí como la vreakción y promoción cultural y artística; fortalecer el ejercicio y desarrollo de la docencia y la investigación científica en todos los niveles y modalidades del sitema; y, brindar niveles optimos de calidad en la formación y la investigación.

SOCIAL

Al ser una iniciativa investigativa que tiene como fin el contribuir a la comunidad del cantón Puyango, a través de un análisis exhaustivo de la problemática sobre el manejo de la basura y su respectivo reciclaje.

Además, pretende concienciar a los periodistas y medios de comunicación sobre la responsabilidad social que como profesionales tienen, al constituirse en el cuarto poder del estado y los voceros de los hechos noticiosos, educativos, entre otros.

ACADÉMICA

Al ser uno de los requisitos que la Universidad Nacional de Loja, como entidad de educación superior, exige para obtener el título de tercer nivel, en el presente caso, el de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social, solicitando desarrollar un trabajo investigativo teórico-práctica, que contribuya a los diferentes sectores de la sociedad, mediante la aplicación de conocimientos científicos, adquiridos durante los años académicos cursados en la carrera.

Cabe indicar que la presente investigación se acoge en el Normativo para la Gestión de la Investigación Científica, Tecnológica, los Saberes, la Innovación y Transferencia en la Universidad Nacional de Loja, artículo 2. En el que se indica, que su finalidad es promover, coordinar, organizar y dinamizar las actividades de investigación científica, la potenciación de los saberes ancestrales y el desarrollo tecnológico la innovación tecnológica y la transferencia por ámbitos específicos.

Por tal razón se ha desarrollado la presente investigación, misma que cumple con los requerimientos exigidos por la carrera de Comunicación Social, y

pretende ser un aporte bibliográfico y/o de consulta para los posteriores trabajos
investigativos

d. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Analizar el aporte que brindan los medios de comunicación del cantón Puyango a la concienciación sobre el manejo de la basura y su reciclaje y determinar la incidencia en la población de dicho cantón a fin de realizar una propuesta que permita mejorar la actitud y responsabilidad de la comunidad sobre el tema.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Sustentar teóricamente el presente trabajo investigativo y por ende la problemática planeada, afín desarrollar un trabajo académico de alto nivel.
- Diagnosticar el nivel de concientización sobre el manejo de la basura y su reciclaje, en la población del cantón Puyango.
- Proponer una posible solución, que dé respuesta a la problemática de la presente investigación.
- Desarrollar una estrategia óptima que favorezca la propuesta de la problemática planteada.
- Validar el nivel de incidencia de los medios de comunicación en el conocimiento de la población de Puyango, sobre el manejo de la basura y su reciclaje.

HIPÓTESIS.

- Los medios de comunicación del cantón Puyango no contribuyen a la concienciación sobre el manejo de la basura y su reciclaje.

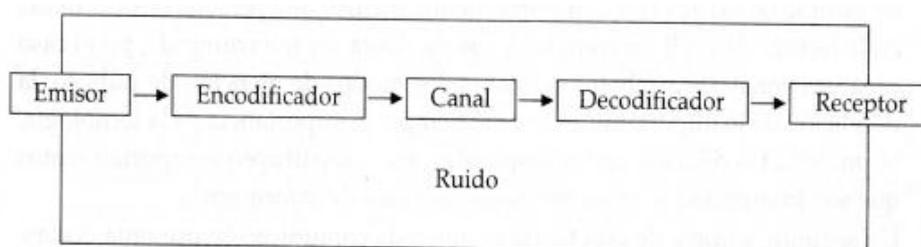
e. MARCO TEÓRICO

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.

1.1 La comunicación

El término comunicación ha sido definido como un proceso de intercambio de información y de transmisión de datos, y de acuerdo a Weaver y Shannon un sistema de comunicación básicamente consta de un *emisor* o fuente generadora del mensaje; de un *receptor*, que es quién lo recibe y para quién se emite el mensaje; un *mensaje* que es el contenido de la información transmitida, la cual puede ser emitida en palabras escritas o habladas, imágenes, sonidos o gráficos; el *transmisor* que es donde se codifica la información; un *canal de comunicación* o medio por el cual se transmite la información, y el *ruido* que introduce errores en la comunicación y puede distorsionar (Rodríguez Darío, 2006).

A continuación la definición gráficamente del esquema básico de la comunicación, según Shannon y Weaver:



Fuente: Shannon y Weaver: Proceso de la comunicación

Desde el punto de vista organizacional, “la comunicación es lo que está a la base de todo sistema social, pero no es algo dado, ni se desprende en forma automática de la organización social” (Rodríguez, 2006).

Este análisis se sustenta en el pensamiento de Luhmann, quien señala que la comunicación no surge al azar, sino que debe estar en constante lucha contra las tendencias entrópicas para tener lugar y, así, contribuir a la organización de las relaciones sociales.

En base a lo anterior, se puede considerar a la comunicación como el intercambio de información, de cualquier índole y forma, entre dos o más elementos/individuos que requieran compartir esta información a través de un medio común, que sigue unos parámetros establecidos, todo esto con el fin de retroalimentarse, causar una acción o de alcanzar un logro determinado.

Por otra parte, la organización ha sido definida de acuerdo a Hall (1983) de la siguiente forma:

Una organización es una colectividad con unos límites relativamente identificables, un orden normativo, rangos de autoridad, sistemas de comunicación y sistemas de pertenencia coordinados; esta colectividad existe de manera relativamente continua en un medio y se embarca en actividades que están relacionadas, por lo general, con un conjunto de objetivos. (p. 33).

Por lo tanto, se puede decir que la Comunicación en las organizaciones es la herramienta que hace que éstas organizaciones se desarrollen y funcionen de forma eficiente, basándose en un orden pre-establecido y en la coordinación de las partes o departamentos que las conforman, con el fin de alcanzar los objetivos fijados por la misma organización.

Es pertinente mencionar que existen varios tipos de comunicaciones dentro de las organizaciones, las cuales determinan el sentido en el que debe fluir la información, las decisiones, en definitiva la comunicación, y son:

La comunicación vertical, misma que puede ser ascendente o descendente

“La comunicación **descendente** se ocupa de comunicar el orden establecido para el desarrollo de funciones, tareas y roles, entrenamiento, capacitación directrices políticas, etc.” (Ocampo, 2011, p.51).

Adicional a esta comunicación, se encuentra también la **ascendente**, que “regula el clima organizacional de la organización”. (Ocampo, 2011, p.51).

La comunicación horizontal que a decir de María Cristina Ocampo (2011)

“Está conformada por las columnas de la organización y sostiene la estructura interna de las comunicaciones. Es allí, donde realmente se vive la atmosfera organizacional. En ella se respira la vida y la dinámica de la empresa”. (p.53)

A **la comunicación vertical descendente** Puertas Hidalgo (2010), la define como la estructura comunicacional mediante la cual el comunicador puede comunicar hacia abajo de la jerarquía mediante conversaciones, juntas mensajes, publicaciones de la organización, correo electrónicos, telefonemas, videos, seminarios, cartas y manuales de políticas, entre otros. En este tipo de comunicación organizacional las comunicaciones se originan en la cúspide (lenguaje general) pero mientras descienden son cada vez más específicas.

Por otra parte, la definición que Puertas Hidalgo (2010) le da a **la comunicación vertical ascendente**, se sintetiza en que los mensajes fluyen de los niveles más bajos a los niveles más altos de la jerarquía en la organización, además señala que existen cinco tipos de información ascendente como son: la información

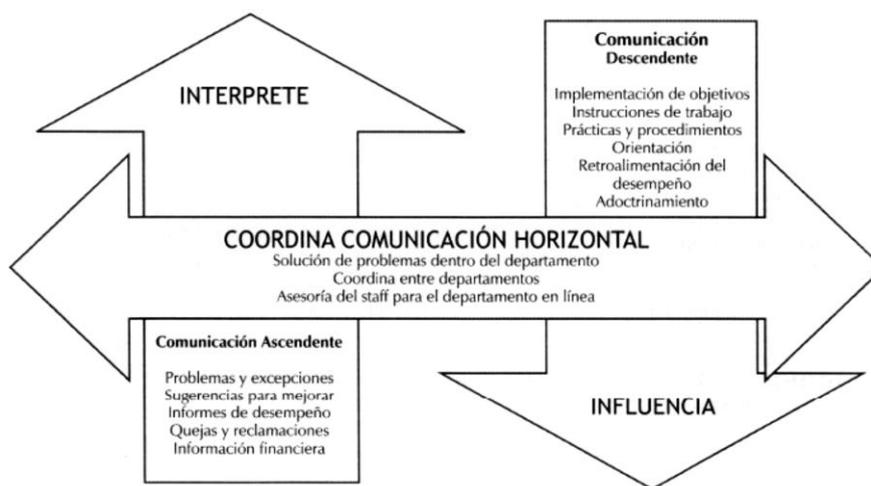
contable o financiera; las quejas y reclamos; los informes de desempeño; las sugerencias para mejorar; los problemas y excepciones.

En este sentido, Puertas Hidalgo (2010) recalca que el diseño organizacional define canales de información específica que se va haciendo más general y resumida mientras asciende en la jerarquía hasta llegar a la cúspide de forma concentrada pero exacta para facilitar la adecuada toma de decisiones.

Siguiendo el marco de ideas, la misma autora define a **la comunicación horizontal** como el intercambio lateral o diagonal de mensajes entre pares o colegas, dentro de unidades o a lo largo de éstas; es decir este tipo de comunicación se da entre los niveles similares de la organización.

Además se indica que la comunicación horizontal puede presentarse en tres modalidades como son: la solución de problemas en el interior de un departamento o área específica, la coordinación entre departamentos, y los informes de desempeño.

A continuación la figura grafica utilizada por Puertas Hidalgo (2010) respecto del tipo d comunicaciones.



Fuente: Puertas Hidalgo, Tipos de comunicaciones

La comunicación ha permitido la creación y desarrollo de la sociedad, por ende ha sido un elemento básico en la creación y desarrollo de las empresas u organizaciones.

2. Comunicación Social

Según refieren Sánchez Orbea y Urías Arbolaez la comunicación social “es inseparable de la vida social. Todo proceso comunicativo facilita los mecanismos y ayuda a promover el desarrollo social, a la vez que contribuye a establecer una mejor calidad de los servicios de las instituciones sociales y estructuras comunitarias”. (López, 2003, pág. 23)

Dicha ciencias se constituye en una herramienta que contribuye a diferentes ámbitos sociales.

2.1. Medios de Comunicación Social.

Se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos (MCM, medios de comunicación de masas o *mass media*); sin embargo, otros medios de comunicación, como el teléfono, no son masivos sino interpersonales.

“Podemos decir que un medio es cualquier canal que transporta un mensaje, una información, a un destinatario” (Pastor, 2003, p.113). El desarrollo de los medios de comunicación, es sin duda un gran instrumento del siglo XXI, pues ha permitido informar sobre distintos sucesos que ha hecho historia en el mundo, y por otro lado ha facilitado procesos comunicativos y educativos en pequeños sectores sociales, que con probabilidad fueron fundamentales para su progreso.

“Los medios de comunicación son, como dice la UNESCO, un sistema educativo alternativo, universal, permanente y más potente que cualquier otro; que

necesita un tratamiento, un aprendizaje desde el otro sistema educativo” (Ambròs & Breu, 2011, p. 15) De ello se deriva la gran importancia de los medios de comunicación para la sociedad, al constituirse en un instrumento que puede cambiar y mejorar la cultura y calidad de vida de una comunidad.

Prensa

Las visiones sobre el agotamiento del actual ciclo industrial de la prensa impresa son cada vez más explícitas y se centran en el colapso del medio. En 2006, Paul Gillin describía un proceso imparable «los periódicos metropolitanos se encuentran en una espiral de declive» y pronosticaba que «en diez años, probablemente una tercera parte de los diarios metropolitanos habrán desaparecido», bien por muerte absoluta, migración hacia el soporte digital o integración en otros diarios supervivientes. Para Gillin el problema no era de demanda, sino de oferta. (Díaz, 2013, p.6)

Televisión

La noción de televisión surgió con la combinación del vocablo griego *tele* “distancia” y el término latino *visio* “visión”. El concepto permite referirse tanto al sistema de transmisión como al dispositivo que permite la visualización de las imágenes (también llamado televisor), la programación televisiva y la emisora de televisión.

A decir de Jesús Domingo Segobia (2010)

La televisión en particular, son creadores y mediadores de cultura y valores, éstos deben ser objeto de análisis y reflexión. Lo que no suele ser tan obvio como podría parecer a simple vista. El medio televisivo es el principal pasatiempos actual, pero además y junto a ello comunica y, por lo tanto, educa (en un sentido u otro), independientemente del propósito

original del mismo. Detrás de todo programa, hay valores, creencias y actitudes que al ser vistos por un número masivo. (p.10)

Radio

“La radio ha sido desde sus comienzos el medio de transmisión de cultura e información por excelencia. La aparición de la televisión y en mayor medida de Internet ha puesto a prueba su capacidad de adaptación a los tiempos que corren” (Méndez, Montiel, Moreno & Muñoz, 2013, p.6)

Es medio de comunicación que a pesar de tener un gran competencia por otros medios como la televisión y la prensa, ha sabido mantenerse con una audiencia considerable, en vista de la interactividad y fácil acceso en cualquier espacio geográfico.

Para Pérez Rufí (2013) Términos como radio online o radio por Internet son usados para referirse al proceso de transmitir sonido a través de Internet. Consiste en la transmisión de audio dotado de las características propias del medio radiofónico (tales como su guion y su lenguaje) a través de la red mediante streaming. El streaming es la posibilidad de distribuir recursos multimedia (texto, audio, video) mediante el uso de una red de ordenadores en tiempo real, es decir, el usuario puede consumir el producto al mismo tiempo que lo está descargando.

Características de la radio

A decir de Joseph Dominick (2006):

“La radio es universal. Virtualmente cada hogar cuenta por lo menos con un aparato de radio.”(p.117)

La radio es selectiva. Tanto como la industria de las revistas la industria de la radio se ha vuelto un mercado nicho. Las estaciones de radio escogen formatos

para atraer una audiencia pequeña y muy definida que es atractiva para los anunciantes. (Dominick, 2006, p. 117)

Es por tal razón que la importancia de la radio como medio de difusión, se concentra principalmente en la naturaleza de lo que ésta representa como medio en sí, ya que, posee, una calidad íntima entre el emisor y receptor.

Periodismo

En este mundo el que se nos muestra, es la gente de verdad la que habla. Y es el enfrentamiento de un escritor-reportero con un mundo externo que no puede cambiar ni moldear a su antojo o según sus ideas. Bien practicado el periodismo narrativo es profundamente ético. (Herrscher, 2012, p.19)

El objetivo principal del periodismo era crear espacios donde los nuevos usuarios pudieran interactuar con otros, deliberar y resolver problemas. (Pastor, 2010, p. 41)

El periodista no es responsable de las declaraciones calumniosas ni injuriosas de otras personas, ni siquiera al difundirlas. Una entrevista en la que el periodista se limita a no hacer suyas las afirmaciones del entrevistado sino simplemente a difundirlas es el ejemplo paradigmático del llamado “reportaje neutral” en el que el periodista no puede ser acusado de asumir las tesis de su entrevistado. (Climent, 2012, p.76)

Campañas Publicitarias

“Es un plan de publicidad amplio para una serie de anuncios diferentes, pero relacionados, que aparecen en diversos medios durante un periodo específico” (Guzmán. 2003, p. 9) En sí la campaña publicitaria se constituye en un conjunto

de estrategias que tienen como objetivo dar a conocer un producto determinado o servicio. Esta puede describirse como un amplio abanico para una serie de anuncios que transmiten un mismo mensaje con el fin de persuadir al público objetivo.

Julián Guzmán (2003) enfatiza que:

La campaña está diseñada en forma estratégica para lograr un grupo de objetivos y resolver algún problema crucial. Se trata de un plan a corto plazo que por lo general, funciona durante un año o menos. En un plan de campañas se resume la situación en el mercado y las estrategias y tácticas para las áreas primarias de creatividad y medios, así como otras áreas de comunicación de mercadotecnia de promoción de ventas, mercadotecnia directa y relaciones públicas. (p. 9)

Publicidad

A decir de Cerda (2000) lo curioso de la publicidad

Es que no son necesariamente los anuncios que más nos gustan los que más efecto nos causan. De hecho hay algunos que son excelentes; no se cansa uno de verlos, y cuando se piensa en ellos, uno no recuerda lo que estaban anunciando; o si lo recuerda (por ejemplo coches), no recuerda cual era la marca anunciada. (p.17)

Ante ello se puede describir a la publicidad como una forma de comunicación muy común que hoy en día, se usa para promocionar y vender un determinado tipo de bien o servicio.

Educación ambiental

A decir del libro “Educación Ambiental” de la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación de Argentina “la educación ambiental se constituye en un proceso fundamental orientado a la búsqueda de caminos alternativos que posibiliten la construcción de una sociedad diferente, justa, participativa y directa” (2009, p.10)

En este sentido se entiende que la educación ambiental debe impulsar procesos orientados a la construcción de una nueva racionalidad social.

La educación ambiental es una corriente de pensamiento y acción, de alcance internacional, que adquiere gran auge a partir de los años 70, cuando la destrucción de los hábitats naturales y la degradación de la calidad ambiental empiezan a ser considerados como problemas sociales. Se acepta comúnmente que el reconocimiento oficial de su existencia y de su importancia se produce en la Conferencia de Naciones Unidas sobre el Medio Humano (Estocolmo, 1972)

Es por tal razón que la educación ambiental se constituye en importante porque cuidar el ambiente es en sí cuidar la vida.

2. MARCO TEÒRICO CONTEXTUAL

Puyango

Situación geográfica.

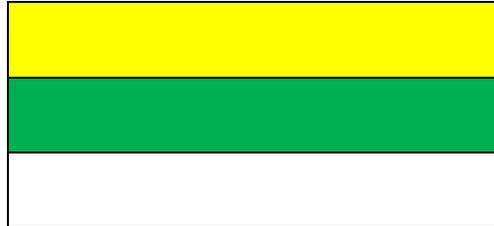
El cantón Puyango está ubicado en el sur occidente de la provincia de Loja, tiene una superficie de 634 Km². Por su ubicación geográfica se constituye en un puerto seco.



Número de habitantes:

Puyango de acuerdo al VII Censo de Población y VI de Vivienda realizado en el 2010 tiene 15.505 habitantes; población cantonal que se distribuye en forma proporcional en el territorio a excepción de la parroquia El Limo en la que se duplica el territorio por el número de habitantes, por lo que a la parroquia Alamor le corresponde el 50% de la población cantonal con un índice de ocupación territorial de 3.07 ha/ hbt. Seguido de la parroquia El Limo con el 16% de población y 8.41 ha/hbt luego está las parroquias de Ciano, Vicentino, El Arenal y Mercadillo con el 10%, 9%, 8% y 7% respectivamente con aproximadamente 3 Ha/hbt promedio, así mismo la población urbana y rural está distribuida proporcionalmente en un 50%, con excepción de la parroquia Mercadillo en donde el mayor porcentaje de la población se encuentra en el área urbana.

Bandera.- Comprende tres franjas horizontales de una misma dimensión, sus colores son: amarillo en la parte superior, verde en el centro y blanco en la parte inferior.



Escudo.- Está dividido en cuatro cuarteles, en ellos se destacan; el Río Puyango, el sol, la bandera del cantón, herramientas de labranza y la ganadería bovina. En la parte exterior tenemos una rama de café y una planta de maíz, principales productos agrícolas de la zona y un lazo donde va su nombre y la fecha de cantonización.



Himno.- El Dr. Luís Antonio Aguirre párroco de Alamor es el autor del himno a la parroquia Alamor. El escudo y la bandera de Puyango, fueron aprobados en sesión solemne del 23 de enero de 1966. En 1979 el Dr. Marcelo Reyes Orellana, escribe la letra del actual Himno a Puyango que fue oficializado por la cámara Edilicia el 3 de diciembre de 1989.

Ubicación: está ubicado en la serranía ecuatoriana, en el Sur occidente de la provincia de Loja, es paso obligado hacia los cantones de Pindal Celica y Zapotillo.



Extensión de 634 Km²

Límites:

Norte: El cantón Las Lajas en la provincia de El Oro

Sur: Los cantones Pindal y Celica de la provincia de Loja.

Este: El cantón Paltas de la provincia de Loja.

Oeste: Las parroquias de Mangahurco y Paletillas del cantón Zapotillo de la provincia de Loja; Tumbes y Piura de la República del Perú.

Georeferencia proyección UTM, UPS Datum WGS 84: UTM (17M) son: 608821,79m Este; y 955506,76 m Sur. Clima:

Tropical Seco y Subtropical Húmedo

Puyango goza de un clima Tropical Seco y Subtropical Húmedo. En las partes bajas la temperatura alcanza los 26°C, y en las partes de cordillera la temperatura fluctúa entre los 14° C y 18°C

Temperatura: Temperatura media 18° C

Rangos altitudinales:

Las altitudes en el cantón Puyango varían de menos de 400 msnm, en el límite oeste y norte, hasta 2400 msnm, en la punta sureste. Las cabeceras parroquiales

y cantonales están ubicadas todas en el rango de 900 hasta 1 600 msnm. Casi la mitad de la superficie del cantón es plana (< 12 % pendiente), el 27 % tiene pendientes de 12 - 25 % y el 20 % presenta. Pendientes de 25 – 40 %. Pendientes mayores al 40 % son muy escasos en este cantón.

Orografía.- Dos cordilleras sobresalen en territorio puyanguense: La de Alamor y la de los Obreros en la que predominan el Cerro Negro y Curiachi. La cordillera de El Limo se divide en los ramales; Canoas, Puerto Nuevo, Banderones, Gentil y Achiral. Los ríos: Puyango, el más caudaloso, sirve de límite con el Oro y Perú, desemboca en el Océano Pacífico con el nombre de río Tumbes; el río Alamor nace en las estribaciones de la cordillera de Guachanamá, en su recorrido pasa por los cantones Pindal y Zapotillo y deposita sus aguas en el Océano Pacífico, además tenemos importantes quebradas como la del Ingenio, Cochurco, Shoa, (Tunima).

Producción.- Los principales productos: café, maíz, zarandaja, banano, caña para sacar panela o aguardiente, En el aspecto ganadero, el vacuno, porcino, equino y aves de corral. Cítricos; naranjas, limones y más frutas tropicales.

División Política:

- Alamor parroquia urbana
- Mercadillo
- El Arenal
- Vicentino
- El Limo
- Ciano

Fiestas cívicas y religiosas

- 23 de enero, aniversario de cantonización de Puyango.
- 16 de julio, fiesta comercial y religiosa en homenaje a la Virgen de El Carmen.
- 10 de agosto encuentro de los puyanguenses residentes en otras ciudades.
- 15 de agosto, fiesta comercial y religiosa en homenaje a la Virgen de la Asunción.
- 14 de septiembre fiesta comercial y religiosa en honor a nuestro Señor de Girón, en Mercadillo.
- 8 de diciembre, fiesta comercial y religiosa en honor a la Inmaculada Concepción.
- 04 de noviembre en honor Al Señor de Cariamanga. Parroquia de El Arenal

Ordenanza Municipal

El Gobierno Local del Cantón Puyango

Considerando:

Que en los artículos 228 y 230 de la Constitución Política de la República del Ecuador en concordancia con los Arts. 2, 17, 64 numeral 1ro., y 126 de la Ley de Régimen Municipal, garantizan a los municipios el goce de su autonomía, considerándose como un Gobierno Local de Puyango con facultad de expedir normas a través de ordenanzas así como de resoluciones y acuerdos;

Que el artículo 89 de la Ley de Régimen Municipal permite la organización de las comisiones; y, En ejercicio de sus funciones que le confiere la Ley Orgánica de Régimen Municipal, Expide:

La siguiente Ordenanza municipal para el manejo integral de residuos sólidos (MIREs) del cantón Puyango de la provincia de Loja.

CAPÍTULO I

RECOLECCIÓN Y MANEJO INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS

Definición, tipo de residuos, tasas y horarios

Art. 1.- Residuos Orgánicos o Biodegradables.- Se los identifica como tal a toda la basura que se pudre y está compuesta o integrada por los residuos: domésticos, de mercados, de ferias, parques y de jardines; así como, aquellos residuos provenientes de materia originalmente viva, orgánicas, de uso doméstico y de jardines cuyos propietarios quieren deshacerse de su pertenencia.

Art. 2.- Residuos Inorgánicos No Biodegradables.- Son todos aquellos que no se pudren; tales como:

- Vidrios.
- Plásticos.
- Metales.
- Papel.
- Cartón.
- Escombros, etc.

Art. 3.- Residuos Peligrosos.- Son considerados todos aquellos residuos que por su toxicidad pueden afectar las medidas de control de los impactos ambientales negativos durante su almacenamiento, recolección y manipulación; y, son los

provenientes de hospitales, clínicas, laboratorios, consultorios médicos y dentales, aceites quemados y otros catalogados como peligrosos por el personal técnico, como pañales desechables, toallas higiénicas, papeles higiénicos y otros.

Art. 4.- Tasas.- La Administración Municipal del cantón Puyango percibirá de los ciudadanos, usuarios de este servicio, de acuerdo con lo autorizado por las leyes correspondientes. La obligación de contribuir, nace con la prestación del servicio, por tanto las tasas correspondientes estarán en función directa con su Costo Total de Producción (CTP), y al menos cubrirán el importe de éste (CTP) originado por el servicio. El CTP de este servicio, será calculado mediante un sistema de costos, implementado por el Gobierno Local de Puyango, manejado y actualizado permanentemente por el Departamento Financiero en coordinación con el Departamento de Gestión Ambiental. Este sistema cumplirá y responderá a los siguientes principios:

- a. De la contabilidad generalmente aceptada;
- b. Participación ciudadana, equidad y solidaridad social;
- c. Calidad:
 - i. Eficiencia.
 - ii. Efectivo.
 - iii. Oportuno.
 - iv. Estándares de calidad.
 - v. Mejoramiento continuo.
- d. Accesibilidad:
 - i. Tarifa con equidad.

- ii. Cobertura.
- iii. Atención personalizada;
- e. Sostenibilidad institucional;
- f. Sostenibilidad ambiental; y,
- g. Sostenibilidad económica y financiera del servicio.

Por tanto, el importe de la tasa será identificado con el sistema de costeo y que para efectos del cobro se cruzará la información requerida con el sistema de categorización socioeconómico y/u otros instrumentos de medición social que ayuden a focalizar y dirigir el cobro de tarifas con equidad de los principales servicios básicos. Los ingresos que se recauden por este concepto serán destinados única y exclusivamente para hacer utilizados en la sostenibilidad, calidad y cobertura del servicio. Las tarifas deben ser modificadas anualmente, de acuerdo con los costos reales actualizados del servicio. El cobro de este servicio, se lo realizará según detalle del plan tarifario vigente, para la ciudad de Alamor y Mercadillo, el cual se muestra en el cuadro:

| Tarifas para el manejo integral de residuos sólidos aplicables para la ciudad de Alamor y Mercadillo | | | | |
|---|-----------------|----------|--|---|
| | USUARIOS | | Costo Total = \$ 49.571 USD (1) | Tarifa Referencial = \$ 3,90 (2) |
| Categorías (*) Socioeconómicas | Usuarios | % | % de la tarifa referencial | Tarifa a pagar USD |
| A | 502 | 47 | 20% | 0,78 |
| B | 329 | 31 | 25% | 0,975 |
| C | 112 | 10,5 | 50% | 1,95 |
| D | 22 | 2 | 75% | 2,925 |
| E | - | 0 | 100% | 3,90 |

Estudio de categorización y carnetización socioeconómica del cantón Puyango.

(1) Este valor se actualizará cada año, de acuerdo al nivel inflacionario anual publicado por el INEC.

(2) Este valor se actualizará cada año, de acuerdo al nivel inflacionario anual más el 5%.

La tarifa será descontada en una planilla única, por concepto del manejo integral de residuos sólidos (MIRES). Los valores correspondientes al pago de este servicio MIRÉS, serán cobrados al mismo tiempo con la planilla de agua potable.

El cobro del servicio, mediante la aplicación del sistema de costos, se lo realizará cada mes y tendrá un plazo de pago después de la emisión de la planilla correspondiente y/o título de crédito hasta treinta días, luego de este tiempo se le cobrará, una multa del 1% del monto a pagar, pasado el mes la multa será 2% del monto adeudado, y así para los siguientes meses en forma acumulada.

Art. 5.- Horarios.- La recolección de residuos sólidos domiciliarios se efectuará en las horas y días que la Dirección de Gestión Ambiental del Gobierno Local determine.

Cada sector de la ciudad de Alamor y Mercadillo será informado con anticipación sobre el horario y frecuencia de la realización del servicio. De igual manera se efectuará aviso público de cualquier cambio de horario y frecuencia.

Art. 6.- Se considera de carácter general y obligatorio por parte del Gobierno Local la prestación de los siguientes servicios:

- a) Recolección de residuos sólidos domiciliarios;
- b) Recolección de residuos sólidos de los locales y establecimientos para lo cual se utilizarán recipientes debidamente identificados para residuos orgánicos e inorgánicos;

c) Barrido y recolección de los residuos sólidos y escombros provenientes de otros usuarios, que aparezcan vertidos o abandonados en la vía pública y sea desconocido su origen y procedencia, o bien conociéndolos, los dueños que se resistan o se nieguen a retirarlos asumirán el costo del servicio, según detalle de la dirección respectiva; y,

d) Limpieza de solares y locales cuyos propietarios se nieguen o se resistan a la orden de hacerlo siendo de su cargo el costo del servicio.

Art. 7.- La recolección separada de los residuos sólidos dependerá únicamente de quien presta el servicio, de acuerdo a factores técnicos, ecológicos y económicos.

Art. 8.- Las parroquias cercanas a la ciudad de Alamor y Mercadillo se irán incorporando en el sistema de clasificación domiciliaria paulatinamente.

RECIPIENTES, TIPOS Y UTILIZACIÓN.

Art. 9.- TIPO DE RECIPIENTE.- Los recipientes que se van a utilizar para la recolección de residuos sólidos en la ciudad de Alamor y Mercadillo, serán de dos tipos:

a) Fundas plásticas (polietileno), para almacenar residuos tóxicos; y,

b) Recipientes plásticos (estandarizados), para almacenar residuos orgánicos e inorgánicos.

Art. 10.- Las fundas plásticas serán de polietileno de baja densidad; el espesor, volumen y color serán normalizados por la Comisaría de Higiene y su uso será de carácter obligatorio para todos los moradores de la ciudad de Alamor y

Mercadillo. Las fundas deberán entregarse totalmente cerradas, para facilitar la recolección y evitar la propagación de malos olores y derramamientos en la vía pública.

Art. 11.- Los recipientes plásticos estandarizados deberán estar contruidos ya sea de material plástico, caucho vulcanizado o cualquier otro material plástico resistente a la oxidación, a la humedad, no poroso y de resistencia suficiente para cumplir su cometido y con tapa para ocultar de la vista los productos que contenga y evitar la propagación de malos olores. Su capacidad estará comprendida entre 30 litros para viviendas unifamiliares y entre 50 y 90 litros para los edificios de varias plantas.

Los recipientes estarán provistos de agarraderas para facilitar el manejo y vaciado del mismo. Cada recipiente deberá estar identificado por un color de acuerdo al tipo de residuo. Los moradores de los barrios que se integran al sistema de clasificación domiciliaria de basura, deberán adquirir la cantidad de recipientes que sea necesaria para almacenar los residuos producidos.

Art. 12.- La adquisición, utilización, conservación y limpieza de los recipientes plásticos será obligatoria y a cargo de los habitantes de cada inmueble: viviendas, locales comerciales, instituciones y otros. Los recipientes plásticos estandarizados se deberán sustituir por los siguientes motivos: por pérdida de sus condiciones intrínsecas de hermeticidad, falta de tapa o deterioro que hagan probable el ocasionar accidentes al personal del servicio y molestias al público, por rotura o envejecimiento. En caso de no reponer debidamente el recipiente, se avisará al interesado, concediéndole 7 días de plazo para sustituirlo; en caso contrario, será sancionado por el Comisario Municipal con una multa del 2% de

una canasta básica de la pobreza vigente, indicador que es medido y comunicado cada mes por el INEC, en cada semana que pase sin sustituir el recipiente, el personal del servicio estará autorizado a depositar el recipiente en el vehículo recolector y proceder a su eliminación.

Art. 13.- Los recipientes plásticos debidamente tapados se depositarán en las aceras o lugares que tengan fácil acceso para el personal de servicio, siempre que no cause algún tipo de molestias al público y vecindario.

Art. 14.- Los recipientes plásticos y fundas apropiadas se situarán a la espera de que pase el carro recolector, en el bordillo de la acera, con antelación no mayor de una hora a la del paso del camión debiendo estar bien cerrado sin que se desborden los residuos almacenados en el interior, de acuerdo con el artículo 10 y 13 anteriormente mencionados.

Art. 15.- La recolección de los residuos deberá ser de la puerta de la propiedad, planta baja y a menos de 10 metros de dicha puerta, al servicio no le compete ninguna manipulación dentro de la propiedad aunque se trate de entidades privadas o públicas.

Art. 16.- Los propietarios de los recipientes o los empleados de las propiedades urbanas retirarán los recipientes una vez vacíos, en un plazo no mayor de 30 minutos.

Art. 17.- Residuos de mercados.- Es obligación de los usuarios y del personal responsable del mercado, situar los residuos producto de la mercancía que expenden, en los recipientes que se dispondrán en las inmediaciones para tales efectos, cuya recolección se efectuará con la frecuencia necesaria por los operarios del servicio. Se indicará debidamente la zona en dónde se ubicarán

los recipientes y el horario de recolección. Por lo tanto, queda prohibido arrojar residuos en los pasillos interiores del mercado, así como en los alrededores del puesto de venta. Todo propietario está en la obligación de mantener en perfecto estado de limpieza su local, así como tener su propio recipiente de basura, cuya capacidad no será mayor de 30 litros. Los responsables del mercado cuidarán de las instalaciones y conservación tanto de los sitios de almacenamiento de basura como de papeleras adecuadas para uso exclusivo del público en el interior del mismo.

Art. 18.- Residuos de hospitales.- Los hospitales, clínicas, casas de salud y establecimientos sanitarios, dispondrán de un recipiente específico dotado con una tapa segura, para depositar los restos orgánicos, inorgánicos, patológicos y material procedente de curaciones, como sigue a continuación:

Características de tanques de almacenamiento de residuos sólidos según su categoría localizados en el Hospital General de Alamor

| CANT. | TANQUE | CATEGORIA DE RESIDUOS |
|--------------|----------------|------------------------------|
| 1 | Color verde | Residuos orgánicos |
| 1 | Color negro | Residuos inorgánicos |
| 1 | Color rojo | Residuos bio-peligrosos |
| 1 | Color amarillo | Residuos radioactivos |

Todos los residuos peligrosos producidos en el Hospital General y más casas de salud de Alamor y Mercadillo, deberán entregarse al carro recolector en fundas plásticas de polietileno debidamente identificadas, para facilitar su disposición final en la fosa para residuos hospitalarios localizada en las instalaciones del relleno sanitario.

CAPÍTULO II. LIMPIEZA DE VÍAS Y AREAS

PÚBLICAS.

Art. 30.- El barrido de las vías públicas será realizada por los agentes de limpieza y barrido de calles de la ciudad de Alamor y Mercadillo del cantón Puyango, sin perjuicio de la obligación que tienen los propietarios o arrendatarios de las propiedades urbanas de la ciudad de Alamor, de barrer previamente las aceras o establecimientos, depositando los residuos en recipientes o fundas plásticas y resistentes para luego colocarlos en la vereda, en el horario que se disponga, siendo éstos retirados por los agentes del barrido del Gobierno Local.

Art. 31.- La limpieza de calles o pasajes de dominio particular, abiertos al tránsito, será obligación de sus propietarios, quienes depositarán los residuos provenientes de dicha operación en el lugar y horario que ha sido dispuesto. Por lo tanto, queda prohibido arrojar y depositar residuos sea cual fuere su naturaleza y procedencia; en general, cualquier objeto que pueda producir humedad, mal olor y causar molestias a la población, ya sea en corredores o pasillos de los bienes inmuebles, solares, ríos, quebradas o vertientes.

MEDIDAS PREVENTIVAS.

Art. 32.- Se prohíbe a toda persona, por su repercusión directa en la salud y en el grado de la limpieza de las calles, la rebusca o “minado” de los residuos sólidos domiciliarios o de establecimientos de toda índole, sancionándose dicho acto con las multas del 2% de una canasta básica de la pobreza vigente, indicador que es medido y comunicado cada mes por el INEC.

Art. 33.- Se prohíbe toda operación que pueda ensuciar la vía pública o perturbar el estado de salubridad; así como, manchar o escribir en paredes, muros, monumentos, postes, etc. En el caso de que no se observe esta disposición será sancionado con las multas del 2% de una canasta básica de la pobreza vigente, indicador que es medido y comunicado cada mes por el INEC.

LA LIMPIEZA Y EL TRÁFICO VEHICULAR.

Art. 34.- En las calles en que la anchura de la calzada lo permita, de acuerdo con la dirección de tránsito, se señalará una línea continua a unos 15 cm del bordillo, no rebasable por los vehículos, a fin de que los agentes del servicio de barrido manual puedan realizar su labor.

Art. 35.- Se efectuará una prohibición temporal de aparcamiento en las calles que por su estado de mala limpieza lo requieran, con el fin de realizar una limpieza a fondo de las mismas, en días determinados, mediante señales reglamentarias móviles, en donde figure claramente la leyenda "Limpieza Pública", el día y la hora de la operación.

Art. 36.- Las empresas de transporte público cuidarán de mantener completamente limpio de grasas y aceites las paradas fijas, terminales de buses, estacionamiento de camionetas y otras, para tal efecto, utilizarán por sus propios medios detergentes apropiados para su eliminación; así mismo, instalarán en las paradas papeleras para uso público. En el caso que se incumpla con esta disposición, las empresas serán sancionadas con la multa del 2% de una canasta básica de la pobreza vigente, indicador que es medido y comunicado cada mes por el INEC, esta multa será cobrada al momento de sacar el permiso respectivo anual y emitido por el Gobierno Local.

LIMPIEZA DE ALEDAÑOS

Art. 37.- Las personas a quienes se han otorgado concesiones, arriendos o autorización municipal para ocupación de espacios en las vías públicas, quedan obligados a la instalación de papeleras por su cuenta y cargo, en sus respectivos establecimientos, siendo obligación de los servicios de limpieza pública, la recolección de los residuos en ellas depositados.

SOLARES

Art. 38.- Los propietarios de solares sin edificar tienen la obligación de mantenerlos limpios de escombros y materias orgánicas. El vertido de basuras y escombros en dichos solares será considerado como falta grave y el Gobierno Local podrá disponer que las operaciones de limpieza sean realizadas a costa de los propietarios con un incremento del 100% de su valor; y, además recibirán una sanción equivalente al 2% de una canasta básica de la pobreza vigente, indicador que es medido y comunicado cada mes por el INEC.

DENUNCIA DE INFRACCIONES

Art. 39.- Los agentes de la Policía Municipal y operarios del servicio de limpieza de calles y de recolección de basura tendrán la obligación de denunciar a quienes infrinjan cualquier disposición de esta ordenanza. Dicha denuncia será tramitada como si procediera de la autoridad municipal.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

DEROGATORIA

Disposición final.- Deróguense todas las ordenanzas que se opongan a la presente que tiene carácter especial. La presente ordenanza para la ciudad de Alamor y Mercadillo, entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.

Dada en la sala de sesiones del Gobierno Local del Cantón Puyango, a los nueve días del mes de mayo del 2005.

f.) Sr. Lic. Ángel Acaro S., Vicepresidente del Concejo del Gobierno Local de Puyango.

f.) Sr. Dr. Héctor Bolívar Ruiz, Secretario Municipal del Gobierno Local de Puyango.

CERTIFICA: Que la Ordenanza que regula el manejo integral de los residuos sólidos, fue discutida y aprobada en sesiones ordinarias de fecha, 28 de abril y 9 de mayo del 2005, respectivamente. Alamor, 9 de mayo del 2005.

f.) Dr. Héctor Bolívar Ruiz, Secretario General.

GOBIERNO LOCAL DE PUYANGO

Alamor, 9 de mayo del 2005, en vista que la presente Ordenanza municipal para el manejo integral de residuos sólidos ha observado los trámites legales pertinentes, SANCIONASE para que surtan los efectos legales.- Ejecútese y publíquese en el Registro Oficial.

f.) Sr. Dr. Víctor Hugo Tinoco Montaña, Alcalde del Gobierno Local del Cantón Puyango. Proveyó y firmó la presente ordenanza en cuatro ejemplares, el Sr. Dr. Víctor Hugo Tinoco Montaña, Alcalde del Gobierno Local del Cantón Puyango, el día 10 de mayo del 2005.

f.) Dr. Héctor Bolívar Ruiz, Secretario General del Gobierno Local de Puyango.

El cantón Puyango consta de tres medios de comunicación, específicamente tres Radios, que se detallan a continuación:

RADIO INTEGRACIÓN

Radio Integración 103.3 FM de Alamor.



Este medio de comunicación nace después de que varias organizaciones de Puyango, determinaran que la insuficiente comunicación en el cantón y Sur Occidente de la

provincia de Loja dificultara su desarrollo, determinando que la solución al problema es la creación de una radio Comunitaria.

En el mes de noviembre de 1999, se constituye el Consorcio para la tramitación de la frecuencia de la radio; debido a su razón de ser, a la forma como fue constituida y al marco constitucional de aquel entonces, se retrasó la concesión, pero el sueño se hizo realidad en el 2003 y desde el 20 de febrero Radio Integración inicia sus transmisiones; y su concesionario es, hasta el momento, el

Consortio para el Fortalecimiento de la Comunicación y el Desarrollo del Cantón Puyango y el Sur Occidente de la Provincia de Loja.

Actualmente está integrado por: Gobierno Cantonal de Puyando, Productores de Café de Altura de Puyando (PROCAP), Mancomunidad Bosque Seco y Asociación de Comunicadores Populares (ASCORI).

En el desarrollo de las actividades administrativas comunicativas, técnicas y de gestión hubo que afrontar tiempos difíciles sobre todo con los problemas ocasionados por los estudios radioeléctricos que al inicio fueron aprobados en el cerro Pucará desde donde no había línea de vista para enlazar las señales de enlace con Alamor.

Se realizó otro estudio y actualmente la radio transmite desde el cerro Pircas de la parroquia de Pózul. Para ello se realizó la instalación del tendido eléctrico (1000 mtrs.) se construyó la Caseta y se levantó la torre para la colocación del sistema radiante.

El terreno es de la Comuna Honor y Trabajo. Con sus dirigentes se firmó un acuerdo para que este proyecto comunitario pueda ser ejecutado.

Desde entonces se ha venido trabajando en el fortalecimiento del medio y ha logrado incidir con su programación y el despliegue de sus actividades sociales en casi toda la región sur.

2 CÓDIGO DE ÉTICA

Consortio para el fortalecimiento de la comunicación y el desarrollo de Puyango y el sur occidente de la provincia de Loja.

Código Deontológico de Radio Integración 103.3 Fm

Invocamos el nombre de Dios y reconocemos las diversas formas de religiosidad y espiritualidad para realizar nuestro trabajo de comunicadoras y comunicadores;

Nos reconocemos como populares por tener raíces milenarias en este territorio plurinacional, habitada por blancos, mestizos, mulatos, montubios, indígenas y afro descendientes y por lo tanto: multicultural.

Apelamos a la sabiduría de las comunicadoras y los comunicadores populares con diferente nacionalidad y cultura, que nos enriquecen como Radio Integración y como integrantes de la Coordinadora de Radios Populares y Educativas del Ecuador –CORAPE.

Justificación:

Radio Integración 103.3 FM cumpliendo con lo que dispone la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador, ha discutido y analizado el siguiente Código Deontológico, cuyo fin es el de realizar un trabajo periodístico, educomunicacional y de entretenimiento sujeto a las normas que regulan nuestro país. Además se propone el mejoramiento de la administración interna y la gestión de la radio de manera responsable. De esta manera Radio Integración da cumplimiento a lo que dispone la Constitución del Ecuador que “garantiza 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”.

La ciudadanía ecuatoriana tiene el legítimo derecho a buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna,

contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior; por lo tanto el quehacer radiofónico de Radio Integración garantizará este derecho, prestando un servicio social con responsabilidad y calidad, respetando el buen vivir de las personas.

El accionar de Radio Integración contribuye al incremento del nivel cultural de la población mediante la difusión de la ciencia, tecnología y todo conocimiento útil, efectuando programas de recreación musical y artística aptos para todos los sectores de la población, difundiendo actos, sucesos o eventos sociales, culturales, políticos y de otra índole permitidos por la Constitución de la República y demás Leyes, que no atenten contra los derechos humanos, a las buenas costumbres y a la reputación de las personas.

Misión:

Radio Integración aporta al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la región sur del Ecuador, fortalece la identidad cultural y la organización social de los pueblos, promueve el manejo sustentable de los recursos naturales, apoya procesos de comercio justo, economía solidaria y justicia social, a través de una comunicación alternativa, pluralista y democrática.

Visión:

Radio Integración en el año 2013 es una emisora líder en sintonía en la región, autogestionaria, que cuenta con equipos tecnológicos adecuados, con personal capacitado, profesional y comprometido, que promueve a través de la comunicación procesos de equidad e inclusión social en el marco del desarrollo local.

Valores que guían el accionar de Radio Integración:

- Responsabilidad: cumplir a cabalidad las tareas encomendadas, asumir los criterios vertidos.

- Solidaridad: sentir en carne propia lo que vive la gente. Ayudar.

- Convicción: hacer las cosas bien convencidos de la validez de nuestras acciones. Tener confianza en lo que hacemos.

- Honestidad: dignidad

- Honradez: no plagiar, respetar lo ajeno.

- Lealtad: estar en las buenas y en las malas manteniéndose dentro de los principios de la radio, leales con el pueblo.

- Transparencia: presentarse tal cual somos, con claridad.

- Respeto: aceptar a los demás tal y como son.

- Sinceridad: decir la verdad.

- Compañerismo: ayudarse mutuamente, trabajar en equipo.

Principios:

- Democrática.
- Valorar la cultura local. Trabajar con grupos menos favorecidos.
- Participativa.
- Veracidad.
- Equitativa.

- **Objetivo general:**
- Desarrollar procesos de comunicación radial alternativa y dinámica que permita fortalecer la identidad cultural de los habitantes del área de cobertura, el manejo sustentable de los recursos naturales y económicos, promueve procesos de equidad e inclusión social, con personal comprometido, con capacidad de ser líder en sintonía en la región.

Propósitos:

- Construir una comunicación libre de barreras, respetuosa de todos los derechos inherentes a la persona, a la humanidad.
- Respetar todos los artículos de La Constitución, Los documentos Internacionales, La Ley Orgánica de Comunicación y su Reglamento, El estatuto y Reglamento de CORAPE, Los Estatutos del Consorcio para el Fortalecimiento de la Comunicación y su Reglamento Interno, así como El Código Deontológico y El Manual de Estilo.
- Cimentar una nueva forma de convivencia humana, ciudadana, en diversidad y armonía con la naturaleza, para alcanzar el buen vivir, el sumak kawsay; y fundar un país democrático basado en la libertad de expresión con ética para convivir en paz y solidaridad con todos y todas.
- Rechazar, desde las históricas luchas sociales de liberación, todas las formas de dominación y colonialismo.

Para cumplir con estos propósitos nos basamos en:

La Declaración Universal de los Derechos Humanos, adoptada y proclamada por la Resolución de la Asamblea General 217 A (iii) del 10 de diciembre de 1948

La Convención Americana Sobre Derechos Humanos, suscrita en la Conferencia Especializada Interamericana sobre derechos humanos. San José, Costa Rica del 7 al 22 de noviembre de 1969.

La Declaración de Chapultepec, adoptada por La Conferencia Hemisférica sobre Libertad de Expresión celebrada en México, D.F. el 11 de marzo de 1994

La Constitución de la República del Ecuador dictada por la Asamblea Nacional Constituyente, reunida en Montecristi, Cantón de la Provincia de Manabí, en el 2008.

La Ley Orgánica de Comunicación, aprobada por La Asamblea Nacional en el 2013. En los Estatuto y Reglamento, en El Código Deontológico y El Manual de Estilo, aprobados por La Asamblea Extraordinaria de Afiliadas a La Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador – CORAPE. Los estatutos y Reglamento Interno de Radio Integración 103.3 FM de Alamor.

NORMAS DEONTOLÓGICAS:

Radio Integración será un medio de comunicación que siempre cuidará, cumplirá y velará por el desarrollo de la información y opiniones que sus miembros o empleados trasmitan basándose en los siguientes principios:

De la dignidad humana:

- a) Respetar la honra y la reputación de las personas
- b) Respetar los derechos humanos y promover su plena aplicabilidad
- c) Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios; y,
- d) Respetar la intimidad personal y familiar

De las relaciones con los grupos de atención prioritaria:

- a) No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud.
- b) Abstenerse de usar y difundir menciones identificativas que atenten contra la dignidad o los derechos de las personas con graves patologías o discapacidades.
- c) Evitar la representación o comentario positivo o a valorativa de escenas donde se haga burla de discapacidades físicas o psíquicas de las personas.
- d) Abstenerse de emitir menciones identificativas de niños, niñas y adolescentes como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos, salvo el caso que, en aplicación del interés superior del niño, sea dispuesto por autoridad competente.
- e) Proteger el derecho a la opinión y privacidad de adolescentes en conflicto con la ley penal, en concordancia con las disposiciones del Código de la Niñez y Adolescencia; y,
- f) Abstenerse de emitir contenidos que atenten contra la dignidad de los adultos mayores o proyecten una visión negativa del envejecimiento.

Del ejercicio profesional:

- a) Respetar los presupuestos constitucionales de verificación, oportunidad, contextualización y contrastación en la difusión de información de relevancia pública o interés general.
- b) Abstenerse de omitir y tergiversar intencionalmente elementos de la información u opiniones difundidas.
- c) Abstenerse de obtener información o grabaciones con métodos ilícitos.
- d) Evitar un tratamiento morboso a la información sobre crímenes, accidentes, catástrofes u otros eventos similares.
- e) Defender y ejercer el derecho a la cláusula de conciencia.
- f) Impedir la censura en cualquiera de sus formas, independientemente de quien pretenda realizarla.
- g) No aceptar presiones externas en el cumplimiento de la labor periodística.
- h) Ejercer y respetar los derechos a la reserva de fuente y el secreto profesional.
- i) Abstenerse de usar la condición de periodista o comunicador social para obtener beneficios personales.
- j) No utilizar en provecho propio información privilegiada, obtenida en forma confidencial en el ejercicio de su función informativa; y,
- k) Respetar los derechos de autor y las normas de citas.

De la práctica diaria de los medios de comunicación social:

- a) Respetar la libertad de expresión, de comentario y de crítica

- b) Acatar y promover la obediencia a la Constitución, a las leyes y a las decisiones legítimas de las autoridades públicas
- c) Promover espacios de encuentro y diálogo para la resolución de conflictos de interés colectivo
- d) Contribuir al mantenimiento de la paz y seguridad.
- e) Servir de canal, de acuerdo a las normas establecidas, para denunciar el abuso o uso ilegítimo que los funcionarios estatales o personas particulares hagan de los poderes públicos y privados
- f) Impedir la difusión de publicidad engañosa, discriminatoria, sexista, racista o que atente contra los derechos humanos de las personas.
- g) Promover el diálogo intercultural y las nociones de unidad y de igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales.
- h) Promover la integración política, económica, cultural de los ciudadanos, pueblos y colectivos humanos.
- i) Difundir en toda la programación de la radio programas, mensajes que promuevan la educomunicación.
- j) Rectificar a la brevedad posible las informaciones que se hayan demostrado como falsas o erróneas
- k) Respetar el derecho a la presunción de inocencia
- l) Abstenerse de difundir publlirreportajes como si fuese material informativo.
- m) Cuidar que los titulares sean coherentes y consistentes con el contenido de las noticias.
- n) Distinguir de forma inequívoca entre noticias y opiniones.

- o) Distinguir claramente entre el material informativo, el material editorial y el material comercial o publicitario.
- p) Evitar difundir de forma positiva o a valorativa, las conductas irresponsables con el medio ambiente.
- q) Asumir la responsabilidad de la información y opiniones que se difundan.
- r) Abstenerse de realizar prácticas de linchamiento mediático, entendiendo por tales, la difusión de información concertada y reiterativa, de manera directa o por terceros, a través de los medio de comunicación destinada a desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública.

De la participación: Radio Integración 103.3 FM es una estación que promueve y genera espacios de participación facilitando a los ciudadanos y ciudadanas emitir sus opiniones basados en la ley y la veracidad de la información, desarrollando un sentido crítico de los ciudadanos y promover su participación en los asuntos de interés general.

De los intereses de los grupos de atención prioritaria: Radio Integración 103.3 FM promoverá de forma prioritaria el ejercicio de los derechos a la comunicación de los niños, niñas y adolescentes, atendiendo el principio de interés superior establecido en la Constitución y en el Código de la Niñez y Adolescencia

Del principio de Transparencia: Radio Integración 103.3 FM se compromete a difundir e informar su código deontológico en nuestra página web para conocimiento de la ciudadanía en general. Además se entregará copias del mismo a representantes de organizaciones gubernamentales, no gubernamentales, asociaciones, clubes, gremios y más sectores organizados; y, lo hará público en un programa radial transmitido en vivo.

De las Sanciones: El incumplimiento de las normas deontológicas establecidas en este Código podrán ser denunciados por cualquier ciudadano u organización ante la Superintendencia de la Información y Comunicación quien emitirá un pronunciamiento conforme a Derecho.

De los comunicadores: Las personas que laboran en Radio Integración 103.3 FM están obligados a guardarse respeto y consideración y a ser solidarios en la solución de los problemas inherentes a sus actividades, promoviéndose el bien de todos, la capacitación y formación continua y garantizándose un adecuado ambiente de trabajo.

Los comunicadores gozan de los Derechos consagrados en la Constitución de la República y los que define la Ley Orgánica de Comunicaciones, especialmente el derecho a la cláusula de conciencia, derecho a la reserva de la fuente, el derecho a mantener el secreto profesional, y el libre ejercicio de la comunicación, así como todos y cada uno de los derechos laborales de los trabajadores de la comunicación.

Programación

| PROGRAMA | CONDUCCIÓN | DESCRIPCIÓN | HORARIO |
|---|---------------------------------|--|--------------------------------------|
| Despierta Ecuador | Lic. Omar Rogel | Miscelánea, programas de caficultora, seguridad alimentaria, información. Música ecuatoriana. Flash de Noticias | 5:00 a 6:20 LUNES A DOMINGO |
| LOJA HABLA | Gobernación de Loja | Rendición de cuentas de la gestión gubernamental en la Provincia de Loja. | 7:00 a 8:00 LUNES |
| INFORMATIVO MUNICIPAL DEL GAD CELICA | GAD CANTONAL DE CELICA | Rendición de Cuentas del GAD Celica. | 6:15 a 6:30 LUNES |
| Noticiero Integra – Noticias | Erwin Bravo Liseth Zhuma | Informativo. Informaciones de la comunidad con enlaces de los reporteros de las parroquias y cantones. Noticias Fortalecidas desde cabinas radiofónicas instaladas en Celica (Algarrobillo) y Pindal. Entrevistas. | 6:20 8:00 DE LUNES A VIERNES |
| Impacto Estéreo | Fernando Gómez | Programa interactivo, música, comunicados, informes, saludos, complacencias, llamadas al aire. Concursos. Notas informativas. | 08:00 a 11:55 LUNES A VIERNES |
| Integra-Noticias SEGUNDA EMISIÓN | Fernando Gómez | Informativo. Informaciones de la comunidad con enlaces de los reporteros de las parroquias y cantones. Noticias Fortalecidas desde cabinas radiofónicas instaladas en Celica y Pindal. | 11:55 a 13:00 LUNES A VIERNES |

| | | | |
|--|------------------------------------|---|--------------------------------------|
| SALUD EN LA FAMILIA | Dr. Álvaro Guerrero | Conversatorio de temas de salud humana. Colaboración, programa sin costo. | 13:00 a 13:30 LUNES |
| AGORA CONSTITUYENTE | RED CORAPE | Temas Constitucionales diálogo con Asambleístas, etc. | 13:00 a 14:00 JUEVES |
| El Show de la Música | Francisco Rogel | Programa interactivo, música, comunicados, informes, saludos, complacencias, llamadas al aire, concursos. Notas informativas. | 13:00 a 17:00 LUNES A VIERNES |
| La magia del recuerdo | Mónica Guajala Liseth Zhuma | Música del recuerdo. | 17:00 a 18:00 LUNES A VIERNES |
| REPRIS DEL INFORMATIVO DEL GAD DE CELICA | GAD DE CELICA | Rendición de cuentas del GAD de Celica. | 17:45 a 18:00 |
| Integra-Noticias TERCERA EMISIÓN | Omar Rogel | Informativo. Informaciones de la comunidad. Noticias provinciales, nacionales e internacionales. | 18:00 a 19:00 LUNES A VIERNES |
| Al rescate de la música Nacional | Omar Rogel | Costumbres, turismo y leyendas, Música Ecuatoriana. | 19:00 a 20:30 DE LUNES A VIERNES |
| FM Hit | Francisco Rogel | Música, baladas, saludos, complacencias, consejos juveniles, audios motivadores, Consultorio Dra. Miralles (radialistas) | 20:30 a 23:00 LUNES A VIERNES |
| sintonía | | MUSICA VARIADA | |

Fuente bibliográfica: http://radiointegracion1033.blogspot.com/p/codigo-de-etica_18.html

RADIO MEGA SATELITAL



Esta Radio pertenece al cantón Puyango, en su cabecera cantonal Alamor, su frecuencia es 91.3 FM. Su señal cubre el norte del Perú y Provincia del Oro.

Con cobertura comprende Alamor, Pindal, Zapotillo, Celica, Paltas, Las Lajas, Huaquillas.

Dirección

Calle Juan Montalvo y Guayaquil

Ubicación:

Ecuador, LOJA, Alamor

Teléfono:

07-2680613

Fax:

07-2680613

Celular:

0986168335

RADIO DINAMIK

Con su cambio de nombre el 1 de julio del 2011 de Radio Sensación a Radio Dinamik que trasmite en la frecuencia modulada de 99.7 Mhz., ubicada en la ciudad de Alamor, provincia de Loja. Constituye una radiodifusora de servicio privado dedicada a proveer a la ciudadanía una programación entretenida y educativa a la vez que permite informar con imparcialidad y ética profesional.

SLOGAN DE PROGRAMAS DE RADIO DINAMIK 99.7 FM

- El amanecer casi termina...los pajaritos empiezan a cantar...y las sábanas.... a despegar...DINAMIK 99.7 FM abre tus ojos al nuevo día ...despierta energizado con EL MAÑANERO POR DINAMIK 99.7 FM...
- Los niños se han marchado ...el café se ha terminado... la mañana dinámica sigue su marcha para reír...gozar y disfrutar con EL SHOW DE LA MAÑANA POR DINAMIK 99.7 FM..
- ...arde...arde...en todo el territorio dinámico del sur del país la temperatura se eleva considerablemente hasta alcanzar los 99.7 grados Fahrenheit.... el siguiente programa viene más caliente....PURA CANDELA ORIGINAL DE DINAMIK 99.7 FM...enciende la llama de la diversión todas las tardes con PURA CANDELA POR DINAMIK 99.7 FM.
- Al caer la tarde cuando la oscura nochedon Pompilio llega de cultivar su tierra...DINAMIK FM desde el sur del país ...con los cantos propios de nuestra tierra presenta ECUADOR AL AIRE POR DINAMIK 99.7 FM
- En la noche...cuando el apetito musical del amor se hace más intenso...y el corazón duplica sus pulsaciones....escucha...A LA LUZ DE LA LUNA POR DINAMIK 99.7 FM...

Página web www.radiodinamik.com

PROGRAMACIÓN RADIO DINAMIK 99.7 FM

LUNES A VIERNES

05:00 – 06:59 EL MAÑANERO MÚSICA NACIONAL (Música Nacional)

07:00 --07:59 DINAMIK AL DIA / Informativo

08:00 – 11:59 A TODO RITMO (Música Tropical Variada)

12:00 – 12:29 CHICHA MADRE (Martesy Jueves)

12:30 – 13:30 DINAMIK DEPORTES (Programa Deportivo Lunes. Miércoles, viernes)

13:30 – 16:59 PURA CANDELA (Música Variada)

17:00 – 17:59 DISCOS DE CARBON (Música del Recuerdo)

18:00-- 19:00 DINAMIK AL DIA / Informativo

19:00 -- 20:59 ECUADOR AL AIRE (Música Nacional)

21:00 – 23:59 A LA LUZ DE LA LUNA (Programa Robo DJ)

21:00 – 23:59 BARRA LIBRE (Música Nacional) (viernes)

00:00 – 03:59 A LA LUZ DE LA LUNA (Programa Robo DJ)

SABADO

00:00 – 03:59 HORAS ROMANTICAS (Programa Robo DJ)

04:00 – 05:59 MÚSICA NACIONAL (Programa Robo DJ)

06:00 -- 06:30 ESPACIO CONTRATADO INFORMATE PUYANGO (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Puyango)

06:30 – 09:59 DIALOGO CIUDADANO (Miscelánea Informativa)

10:00 – 13:29 ENLACE CIUDADANO / Presidente Constitucional de la República del Ecuador Ecom. Rafael Correa

13:30 – 16:59 PURA CANDELA (Música Variada)

17:00 – 18:59 HORAS ROMANTICAS (Música Romántica Programa Robo DJ)

19:00 – 22:59 BARRA LIBRE (Música Nacional)

23:00 – 23:59 MÚSICA NACIONAL RÍTMICA (Programa Robo DJ)

DOMINGO

00:00 – 03:59 HORAS ROMANTICAS (Programa Robo DJ)

04:00 – 07:59 MÚSICA NACIONAL RÍTMICA (Programa Robo DJ)

08:00 – 11:59 EL FIESTÓN DEL DOMINGO (Música Juvenil)

12:00 – 12:59 HORAS ROMANTICAS (Música Romántica Programa Robo DJ)

13:00 – 16:59 ATARDECER DOMINICAL (Música Juvenil)

17:00 – 19:00 HORAS ROMANTICAS (Música Romántica Programa Robo DJ)

19:00 -- 20:00 MISA DOMINICAL DESDE EL CANTON PINDAL /Párroco Kleber Chinchay

20:00 – 23:59 A LA LUZ DE LA LUNA (Música Romántica Programa Robo DJ)

00:00 – 03:59 HORAS ROMANTICAS (Música Romántica Programa Robo DJ)

CODIGO DEONTOLOGICO DE RADIO DINAMIK 99.7 FM

Radio Dinamik es una estación de radio que transmite en frecuencia modulada 99.7 Mhz., ubicada en la ciudad de Alamor, provincia de Loja. Constituye una radiodifusora de servicio privado dedicada a proveer a la ciudadanía una programación entretenida y educativa a la vez que permite informar con imparcialidad y ética profesional.

FINALIDADES

1. Transmitir temas culturales diversos:

1.1 Prestar servicio social que contribuya al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana, para cuyo efecto en el contenido de sus transmisiones procurará.

1.1.1 Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares.

1.1.2 Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud;

1.1.3 Contribuir a elevar el nivel cultural de la ciudadanía y a conservar la identidad nacional, las costumbres del país y sus tradiciones, su música, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad ecuatoriana.

1.1.4 Fortalecer las convicciones éticas y democráticas de nuestro pueblo.

2. Fomentar la educación;

3. Promover la participación ciudadana en los asuntos públicos de interés cultural y de solidaridad social;

4. Transmitir programas de orientación social, cultural y cívica que contribuyan al bien común.

RELACIONES INTERNAS:

1. Ejecutar el trabajo y prestar los servicios convenidos con la responsabilidad, intensidad, honestidad y cuidado apropiados, con la capacidad exigida y en la forma, tiempo y lugar ordenados.

2. Cumplir con puntualidad las jornadas, horarios y turnos de trabajo, como cualquier reunión o evento que ha sido convocado el trabajador.

3. Observar celosamente todas las normas de moralidad, cultura, corrección, educación, urbanidad y cortesía; y, especialmente, todos los principios de disciplina, orden y jerarquía, inclusive fuera de la radio.

4. Concurrir a la radio correctamente vestido.

5. Guardar escrupulosamente todos los datos e informaciones confidenciales y todos los secretos técnicos, comerciales, personales, y otros, que por razón de su trabajo conozca o haya conocido, inclusive frente a sus demás compañeros de trabajo.

6. Cuidar su propia seguridad y la seguridad de sus compañeros de trabajo.

7. Prestar toda la colaboración posible en caso de siniestro o de riesgo inminente que afecte o amenace a la radio o a las personas que presten sus servicios a ella;

8. Observar absoluta sobriedad.

9. Usar materiales, herramientas, enseres, artefactos, útiles y, en general, muebles de la empresa, de manera legal cuando por cualquier causa los maneje en razón de sus funciones, con suma diligencia o cuidado, evitando todo uso indebido o extraño.

DE LAS PROHIBICIONES

1. Introducir al sitio de trabajo.

1.1. Armas de fuego

1.2. Armas corto punzante.

1.3. Bebidas alcohólicas o sustancias estupefacientes o psicotrópicas.

2. Presentarse al trabajo en estado de ebriedad o bajo el efecto de sustancias alcohólicas, estupefacientes o psicotrópicas.

3. Faltar, abandonar o ausentarse de su puesto de trabajo sin conocimiento

4. Dar información por insignificante que sea a personas ajenas (incluyendo parientes) sobre cualquier asunto que competa a los intereses y/o actividades privadas de RADIO DINAMIK.

5. Dormirse durante los respectivos horarios de trabajo.

6. Comer en la oficina.

7. Tomar de la oficina, útiles de trabajo, dinero, materiales, herramientas, enseres, artefactos y muebles en general de cualquier naturaleza, sin el permiso.

8. Utilizar las instalaciones, equipos, documentación, nombre y demás bienes de la radio, sin autorización.

9. Alterar de cualquier forma el orden y respeto que siempre debe imperar en la empresa y especialmente, alterar el orden y la disciplina mediante riñas, gritos, burlas, juegos y cualquier otro acto descompuesto, grosero, descortés, etc...

10. Intervenir en actividades públicas dentro de la empresa.

11. Realizar rifas, ventas, colectas, suscripciones o cualquier clase de propaganda en los lugares de trabajo, sin previa autorización de Dirección General.

12. Propiciar o ser parte de incidentes que deterioren el buen nombre de RADIO DINAMIK, inclusive fuera del horario de trabajo y en horas laborales.

13. Solicitar y/o aceptar comisiones, gratificaciones, obsequios o donaciones por parte de los clientes de la radio.

14. Mantener relaciones de tipo comercial con los clientes de la radio.

15. Violar la política o el procedimiento del uso del internet o del correo electrónico de la radio.

16. Reportar gastos irreales con la finalidad de obtener el reembolso de los mismos.

17. Compartir con otros colaboradores las claves personales o códigos que la radio le haya asignado para el desempeño de sus funciones.

18. Dejar sin la debida seguridad (con llave) la puerta de ingreso.

19. Permanecer en las instalaciones de RADIO DINAMIK para realizar actividades personales no inherentes a las de su trabajo.

20. Sin perjuicio de las sanciones RADIO DINAMIK que hubieren cometido falta o faltas, las siguientes;

20.1 Amonestación escrita o verbal, multa de hasta el 10% de la remuneración y la separación del cargo desempeñado previo trámite correspondiente.

20.2 La reiteración de la falta leve dentro de un mismo período mensual de labores, constituirá siempre agravante, conlleva a la aplicación máxima de la multa.

DE LOS RECURSOS

1. En contra de los actos derivados de la aplicación de este Reglamento, se debe agotar el dialogo y acuerdos antes que ningún otro medio de defensa legal.

2. El desconocimiento, no exime de responsabilidad a ningún trabajador o colaborador externo de RADIO DINAMIK.

Cumpliendo con la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador, expide el siguiente Código Deontológico, el mismo que servirá para mejorar la práctica y gestión interna y el trabajo comunicacional de manera responsable, considerando que la información es un derecho constitucional y la comunicación social que se realiza a través de los medios de comunicación es un servicio que deberá ser prestado con responsabilidad y calidad, respetando los derechos de la comunicación establecidos en la Constitución, los instrumentos internacionales y contribuyendo al buen vivir de las personas. Son fines de la Radiodifusión el de proporcionar información inmediata, ágil y veraz a la comunidad, basada en fuentes identificadas y responsables, su accionar contribuye al incremento del nivel cultural de la población mediante la difusión de

la ciencia, tecnología y todo conocimiento útil, efectuando programas de recreación musical y artística aptos para todos los sectores de la población, difundiendo actos, sucesos o eventos sociales, culturales, políticos y de otra índole permitidos por la Constitución de la República y demás Leyes, que no atenten por tanto a los derechos humanos, a las buenas costumbres y a la reputación de las personas.

NORMAS DEONTOLÓGICAS:

Artículo 1.-El presente Código Deontológico es de aplicación obligatoria para todo el personal que labora en la Estación de Radio DINAMIK 99.7 FM, bajo cualquier modalidad de vinculación. Con su aplicación se busca la instauración de un permanente proceso participativo para la generación de una cultura de confianza y apego a la verdad.

RADIO DINAMIK, observará que las transmisiones se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la dignidad personal y a la moral; que no ataquen los derechos de terceros, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden la paz pública, así:

Referidos a la dignidad humana:

- a) Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares.
- b) Respetar los derechos humanos y promover su plena aplicabilidad.
- c) Respetar la intimidad personal y familiar. Relaciones con los grupos de atención prioritaria:

a) Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud.

b) Abstenerse de usar y difundir menciones identificativas que atenten contra la dignidad o los derechos de las personas con graves patologías o discapacidades

d) Abstenerse de emitir menciones identificativas de niños, niñas y adolescentes como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos, salvo el caso que, en aplicación del interés superior del niño, sea dispuesto por autoridad competente

e) Proteger el derecho a la opinión y privacidad de adolescentes en conflicto con la ley penal, en concordancia con las disposiciones del Código de la Niñez y Adolescencia; y, f) Abstenerse de emitir contenidos que atenten contra la dignidad de los adultos mayores o proyecten una visión negativa del envejecimiento.

g) Contribuir a elevar el nivel cultural de la ciudad y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, su música, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad ecuatoriana.

h) Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad, la unidad nacional. Promover la participación ciudadana en los asuntos públicos de interés cultural y de solidaridad social;

Concernientes al ejercicio profesional: a) Respetar los presupuestos constitucionales de verificación, oportunidad, contextualización y contrastación en la difusión de información de relevancia pública o interés general b) Abstenerse de omitir y tergiversar intencionalmente elementos de la información u opiniones difundidas c) Abstenerse de obtener información o grabaciones con métodos ilícitos d) Evitar un tratamiento morboso a la información sobre

crímenes, accidentes, catástrofes u otros eventos similares e) Defender y ejercer el derecho a la cláusula de conciencia f) Impedir la censura en cualquiera de sus formas, independientemente de quien pretenda realizarla

g) No aceptar presiones externas en el cumplimiento de la labor periodística h) Ejercer y respetar los derechos a la reserva de fuente y el secreto profesional i) Abstenerse de usar la condición de periodista o comunicador social para obtener beneficios personales j) No utilizar en provecho propio información privilegiada, obtenida en forma confidencial en el ejercicio de su función informativa; y, k) Respetar los derechos de autor y las normas de citas.

Relacionados con las prácticas de los medios de comunicación social y privada:

a) Respetar la libertad de expresión, de comentario y de crítica

b) Acatar y promover la obediencia a la Constitución, a las leyes y a las decisiones legítimas de las autoridades públicas

c) Promover espacios de encuentro y diálogo para la resolución de conflictos de interés colectivo

d) Contribuir al mantenimiento de la paz y seguridad.

e) Servir de canal para denunciar el abuso o uso ilegítimo que los funcionarios estatales o personas particulares hagan de los poderes públicos y privados.

f) Impedir la difusión de publicidad engañosa, discriminatoria, sexista, racista o que atente contra los derechos humanos de las personas

- g) Promover el diálogo intercultural y las nociones de unidad y de igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales
- h) Promover la integración política, económica, cultural de los ciudadanos, pueblos y colectivos humanos
- i) Propender a la educomunicación
- j) Rectificar a la brevedad posible las informaciones que se hayan demostrado como falsas o erróneas
- k) Respetar el derecho a la presunción de inocencia
- l) Abstenerse de difundir publlirreportajes como si fuese material informativo
- m) Cuidar que los titulares sean coherentes y consistentes con el contenido de las noticias
- n) Distinguir de forma inequívoca entre noticias y opiniones
- o) Distinguir claramente entre el material informativo, el material editorial y el material comercial o publicitario
- p) Evitar difundir de forma positiva o a valorativa, las conductas irresponsables con el medio ambiente
- q) Asumir la responsabilidad de la información y opiniones que se difundan
- r) Abstenerse de realizar prácticas de linchamiento mediático, entendiendo por tales, la difusión de información concertada y reiterativa, de manera directa o por terceros, a través de los medio de comunicación destinada a desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública.

PARTICIPACIÓN: Artículo 2: Dinamik 99.7 FM es una estación abierta permanentemente a generar espacios de participación facilitando a los ciudadanos y ciudadanas emitir sus opiniones basados en la ley y la veracidad de la información, desarrollando un sentido crítico de los ciudadanos y promover su participación en los asuntos de interés general.

INTERES SUPERIOR DE NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES: Artículo 3: Dinamik 99.7 FM promoverá de forma prioritaria el ejercicio de los derechos a la comunicación de los niños, niñas y adolescentes, atendiendo el principio de interés superior establecido en la Constitución y en el Código de la Niñez y Adolescencia

PRINCIPIO DE TRANSPARENCIA: Artículo 4: Dinamik 99.7 FM se compromete a difundir e informar su código deontológico en nuestra página web para conocimiento de la ciudadanía en general.

DE LAS SANCIONES: Artículo 5: El incumplimiento de las normas deontológicas establecidas en este Código podrán ser denunciados por cualquier ciudadano u organización ante la Superintendencia de la Información y Comunicación quien emitirá un pronunciamiento conforme a Derecho.

DE LOS COMUNICADORES: Artículo 6: Los trabajadores de Dinamik 99.7 FM están obligados a guardarse respeto y consideración y a ser solidarios en la solución de los problemas inherentes a sus actividades, promoviéndose el bien de todos, la capacitación y formación continua y garantizándose un adecuado ambiente de trabajo. Los comunicadores gozan de los Derechos consagrados en la Constitución de la República y los que define la Ley Orgánica de

Comunicaciones, especialmente el derecho a la cláusula de conciencia, derecho a la reserva de la fuente, el derecho a mantener el secreto profesional, y el libre ejercicio de la comunicación, así como todos y cada uno de los derechos laborales de los trabajadores de la comunicación.

f. METODOLOGÍA

La metodología sirve para relacionar los métodos integrantes de análisis de datos, así como para justificar la selección e interpretación de los datos recogidos en el trabajo de campo y los conceptos científicos aplicados en la investigación.

La investigación prevé un diseño de tipo exploratorio y descriptivo, mediante la aplicación de una metodología de estudio de caso. Para ellos fue necesaria la combinación metodológica de tipo cualitativa, que incluya la configuración de técnicas de análisis documental; entrevistas semiestructada, encuesta y observación directa

1. Métodos

Los métodos de investigación a utilizarse en el trabajo propuesto son los siguientes:

1.1. Exploratorio: que se aplica en el problema de investigación con el propósito de destacar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior.

1.2. Descriptivo: que se ocupa de la descripción de datos y características de una población. El objetivo es la adquisición de datos objetivos, precisos y sistemáticos que pueden usarse en promedios, frecuencias y cálculos estadísticos similares. Dichos estudios permitieron al investigador tener una noción mucho más clara de las necesidades de todo el proceso de acuerdo a las realidades

1.3. Analítico: consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. Permitirá analizar los diferentes aspectos de la comunicación y el periodismo que se plantean en esta investigación.

1.4. Método Inductivo: es un procedimiento en el que se asciende de lo particular a lo general. Se utilizará para la observación, pues, se clasificó los hechos para luego de que el tema fuese establecido; estar en la capacidad de sacar conclusiones, recomendaciones y proponer soluciones al problema planteado.

1.5. Método Deductivo: consiste en la totalidad de reglas y procesos, con cuya ayuda es posible deducir conclusiones finales a partir de unos enunciados supuestos llamados premisa, es por ello que en la presente investigación se utilizó para extraer las conclusiones y recomendaciones.

2. Técnicas

Como técnicas se utilizarán, en primer lugar es la observación directa, que permite establecer las primeras aproximaciones referente a la problemática plantea en este estudio.

La entrevista es el segundo instrumento a utilizar, mismo que tiene como fin aportar con testimonio y opiniones de ciertos habitantes del cantón, objeto de estudio. Dichas entrevistas se realizarán al alcalde, y dos autoridades, la primera del gobierno y un representante de la población.

Finalmente se utilizará la encuesta, misma que será aplicada a la muestra seleccionada del universo a investigar. Tiene como fin brindar datos concretos que permitan al investigador comprobar o disprobar la hipótesis, verificar los objetivos, así como obtener las pautas necesarias para las conclusiones y recomendaciones finales del trabajo investigativo.

El universo a investigar estará constituido por la población del cantón Puyango que para objetos de investigación es un universo finito. Se cuenta con la siguiente fórmula para la determinación del número de encuestas:

$$n = \frac{N}{1 + (0.1)^2 (N)}$$

$$n = \frac{15513}{1 + (0.1)^2 (15513)} = \frac{15513}{1 + 0.01 (15513)} = \frac{15513}{1 + 155,13} = 99,35 = 99$$

g. CRONOGRAMA

2015

| ACTIVIDADES | Mes 1 | | | | Mes 2 | | | | Mes 3 | | | | Mes 4 | | | | Mes 5 | | | | Mes 6 | | |
|----------------------------------|-------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 |
| TIEMPO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| SELECCIÓN DEL TEMA | X | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| DESARROLLO DEL PROYECTO | | X | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PRESENTACIÓN DEL PROYECTO | | | X | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| APROBACIÓN DEL PROYECTO | | | | | | | X | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ELABORACIÓN DE ENCUESTAS | | | | | | | | X | X | | | | | | | | | | | | | | |
| APLICACIÓN DE ENCUESTAS | | | | | | | | | | X | | | | | | | | | | | | | |
| TABULACIÓN DE ENCUESTAS | | | | | | | | | | | X | X | | | | | | | | | | | |
| ELABORACION DEL INFORME FINAL | | | | | | | | | | | | | X | X | | | | | | | | | |
| ELABORACION DE LA PROPUESTA | | | | | | | | | | | | | | | X | X | | | | | | | |
| PRESENTACIÓN DEL INFORME FINAL | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | |
| EXPOSICIÓN Y DEFENSA DE LA TESIS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X |

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

❖ Recursos Humanos:

INVESTIGADORA.

- Karina Añazco.

DIRECTOR DE TESIS.

- Por asignar.

ENCUESTADOS.

- Población del cantón Puyango.

ENTREVISTADOS.

- Alcalde del Cantón.
- Gerentes de las radios del cantón Puyango.
- Representante de la población.

❖ Recursos Materiales.

- Computadora.
- Flash memory.
- Grabadora de voz digital.
- Hojas de papel bond.
- Internet.
- Cámara fotográfica.

Recursos Materiales:

| DETALLE | VALOR |
|----------------------------------|-------------------|
| Computadora y uso del internet | \$ 200,00 |
| grabadora digital | \$ 100,00 |
| Cámara Fotográfica | \$ 400,00 |
| Adquisición de bibliografía | \$ 200,00 |
| Impresión y copias de documentos | \$ 400,00 |
| Pilas, memoria USB y CDs | \$ 150,00 |
| Movilización | \$200,00 |
| Imprevistos | \$ 100,00 |
| TOTAL | \$ 1350,00 |

Financiamiento: Los gastos que demande la presente investigación serán cubiertos en su totalidad por la autora.

I. BIBLIOGRAFÍA

- AGUILAR, M. & SALAS, A (1986) Hacia una sociedad sin basura. Reciclamiento urbano. GEA México
- Ambrós , A. & Breu, R. (2007) Cine y Educación. Barcelona: Graó. P.15
- Alsín, R. “Los modelos de la comunicación”, Tecnos, Madrid, 1995.
- Climent, Vicente. (2012) Tendencias periodísticas 2012-2043, Editorial Club Universitario. Valencia – España. P. 76.
- Cerdá, Ramón. (2000) Manual de Publicidad, España, p. 17
- Díaz, B. (2013) “La prensa en el nuevo ecosistema informativo” Ediciones Ariel, Barcelona – España. p. 6.
- Deffis, C. (1990) La casa ecológica autosuficiente. Para climas cálido y tropical. Conceptos. México
- Domingo, Jesús. (2010) El niño y la televisión. Granada – España. Primera edición, p. 9
- Guzmán, Julián. (2003) Desarrollo de Campaña Publicitaria, México, p.9
- Hall, Richard. (1983) Organizaciones: estructura y proceso, sexta edición, México: Prentice Hall, p.33.
- Kotler P.& Armstrong G. (2013) Fundamentos de Marketing, décimo tercera edición. México.
- López, Viera, L. (2003) Comunicación Social, primera edición, Habana, pág. 23.
- Herrscher, Roberto (2012) Periodismo narrativo, Barcelona- España, primera edición, p. 19.
- Méndez, Montiel, Moreno & Muñoz Azcurrain. (2013) Estamos en el Aire: La crisis y la radio en España. Málaga – España. p.6.

- Pastor, Fernando (2003) Técnico en Publicidad. Vol. 1, Madrid –España, p. 113.
- Pastor, Lluís (2010) Periodismo Zombie en la era de las audiencias participativas. Editorial Advisory Board, Primera edición, Barcelona- España, p.41.
- Pérez, R. José (2013) La industria de la televisión en España: Un presente digital. Málaga- España.
- Puertas, Rosario. (2010) Comunicación Organizacional, universidad Técnica particular de Loja. Loja- Ecuador.
- Rodríguez, Darío (2006) Gestión Organizacional. Instituto de Sociología Pontificia Universidad de Chile.
- Sánchez, Enrique (2005) Medios de Comunicación y Democracia, primera edición, Bogotá, pág. 17.
- Samuel Yáñez, (2012) La televisión. Quito – Ecuador
- Valverde, T., Meave, J., Carabias, J. & Cano Z. (2005) Ecología y Medio Ambiente, primera edición, México

ANEXOS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Como egresada de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, me encuentro desarrollando el trabajo de investigación previo a la obtención de mi título profesional, es por esta razón que solicito su colaboración contestando las interrogantes planteadas en la presente encuesta.

4. ¿Escucha usted radio?

- () Si
- () No

¿Por qué?

5. ¿Cuál de las radios del cantón Puyango es de su preferencia?

- () Radio Integración
- () Radio Mega Satelital
- () Radio Dinamik

¿Por qué?

6. ¿Cómo calificaría sus conocimientos sobre el manejo de la basura y su reciclaje?

- () Alto
- () Medio
- () Bajo
- () Ninguno

¿Por qué?

7. ¿Ha escuchado algún tipo de comunicación sobre el reciclaje y manejo de la basura en las radios del cantón Puyango?

- () Si
- () No

¿Qué tipo?

- () Cuña Publicitaria
- () Reportaje

- () Noticia
- () Otros

8. ¿Cómo calificaría el aporte de los medios de comunicación del cantón Puyango en la concienciación del manejo de la basura y reciclaje?

- () Muy Bueno
- () Bueno
- () Regular

9. Considera pertinente que se difunda información sobre la temática del manejo de la basura y su reciclaje

- () Si
- () No

¿Por qué?

10. Considera que el gobierno local debería efectuar campañas de comunicación que difundan el tema del manejo de la basura y su reciclaje

- () Si
- () No

¿Por qué?

11. Cree que los medios de comunicación deberían contribuir a la sociedad a partir de la difusión de temas como el manejo de la basura y su reciclaje

- () Si
- () No

¿Por qué?

Gracias

a. Fotos de trabajo de campo



b. Fotos del Relleno sanitario





ÍNDICE

| | |
|--------------------------------|------|
| PORTADA | i |
| CERTIFICACIÓN | ii |
| AUTORÍA | iii |
| CARTA DE AUTORIZACIÓN | iv |
| AGRADECIMIENTO | v |
| DEDICATORIA | vi |
| ÁMBITO GEOGRÁFICO | vii |
| MAPA GEOGRÁFICO | viii |
| ESQUEMA DE CONTENIDOS | ix |
| a. Título | 1 |
| b. Resumen | 2 |
| Abstract | 3 |
| c. Introducción | 6 |
| d. Revisión de Literatura | 8 |
| Ecología | 8 |
| Basura. | 8 |
| Manejo de basura en el Ecuador | 9 |
| Comunicación | 9 |
| Comunicación Social | 10 |
| Medios de Comunicación Social | 10 |
| Periodismo | 11 |
| Campañas Publicitarias | 12 |
| Publicidad | 13 |
| e. Materiales y Métodos | 14 |
| f. Resultados | 18 |
| g. Discusión | 34 |

| | |
|---|-----|
| h. Conclusiones | 39 |
| i. Recomendaciones | 41 |
| PROPUESTA ALTERNATIVA | 43 |
| j. Bibliografía | 57 |
| k. Anexos PROYECTO APROBADO | 59 |
| a. Tema | 60 |
| b. Problemática | 61 |
| c. Justificación | 64 |
| d. Objetivos | 67 |
| e. Marco Teórico | 68 |
| La comunicación | 68 |
| Comunicación Social | 72 |
| Medios de Comunicación Social | 72 |
| MARCO TEÒRICO CONTEXTUAL | 78 |
| Puyango | 78 |
| Ordenanza Municipal | 82 |
| Recolección y Manejo Integral de Residuos Sólidos | 83 |
| Limpieza de Vías y Areas | 91 |
| Medidas Preventivas | 91 |
| Limpieza de Aledaños | 93 |
| Radio Integración | 95 |
| f. Metodología | 124 |
| g. Cronograma | 127 |
| h. Presupuesto y Financiamiento | 128 |
| i. Bibliografía | 130 |
| Anexos | 132 |
| Índice | 138 |