



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

## **FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **TEMA:**

“ESTUDIO DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA RURAL LA CONCEPCIÓN DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE MIRA Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO SOCIO ECONÓMICO, DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DEL 2014”; PROPUESTA COMUNICACIONAL ALTERNATIVA”

Trabajo de Grado previo a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación Social.

**AUTORA:** Padilla Padilla Ximena Patricia

**DIRECTOR:** Msc. Galo Álvarez Tafur

**Ibarra, 2015**

## ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

Luego de haber sido designado por el H. Concejo Directivo de la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra, he aceptado con mucha satisfacción particular como director de Trabajo de Grado ESTUDIO DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA RURAL LA CONCEPCIÓN DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE MIRA Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO SOCIO ECONÓMICO DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DEL 2014, PROPUESTA COMUNICACIONAL ALTERNATIVA. Trabajo de investigación realizado por la señorita, Padilla Padilla Ximena Patricia, previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación Social.

A ser testigo presencia y corresponsable directo del desarrollo correcto del presente trabajo de investigación, considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal que será designado oportunamente.

Es todo por cuanto puedo justificar por ser justo y legal.



MSc. Galo Álvarez Tafur

DIRECTOR

## **DEDICATORIA**

Este trabajo investigativo lo dedico con mucho cariño a mi familia, que ha estado en todo momento, apoyándome, guiándome, dándome la fuerza necesaria para seguir adelante con este trabajo, por la entrega que pusieron para sacarme adelante hacia el éxito y la superación.

Ximena

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a todas las personas que de alguna manera estuvieron apoyándome para seguir adelante.

Agradezco a la Universidad Técnica del Norte especialmente a los docentes de la Carrera de Comunicación Social.

Ximena

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Aceptación del Director.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Índice De Contenidos.....	v
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
Introducción.....	x
Capítulo I.....	1
1. El problema de investigación.....	1
1.1. Antecedentes.....	1
1.2. Planteamiento del problema.....	3
1.3. Formulación del problema.....	5
1.4. Delimitación.....	5
1.4.1. Unidades de observación.....	5
1.4.2. Delimitación temporal.....	5
1.4.3. Delimitación espacial.....	5
1.5. Objetivos.....	6
1.6. Justificación.....	6
Capítulo II.....	10
2. Marco teórico.....	10
2.1. Fundamentación teórica.....	10
2.1.1. Fundamentación filosófica.....	10
2.1.2. Fundamentación sociológica.....	11
2.1.3. Fundamentación tecnológica.....	12
2.1.4. Fundamentación legal.....	13
2.1.5. Promoción turística.....	16
2.1.5.1. Promoción.....	17
2.1.5.2. Turismo.....	19

2.1.5.3. Definición e importancia de la promoción turística .....	20
2.1.5.4. Generalidades de la parroquia rural la concepción .....	21
2.1.6. Comunicación .....	24
2.1.6.1. La comunicación y sus axiomas.....	26
2.1.6.2. Proceso de comunicación .....	28
2.1.6.3. Elementos y/o componentes básicos de la comunicación .....	28
2.1.6.4. Modelos de comunicación.....	30
2.1.7. Revistas. Definiciones, clasificación y características .....	31
2.1.7.1. Definiciones.....	31
2.1.7.2. Clasificación .....	35
2.1.7.3. Características .....	36
2.1.8. La cibercultura y el uso del internet.....	37
2.2. Posicionamiento teórico personal .....	39
2.3. Glosario de términos .....	40
2.4. Interrogantes de la investigación.....	43
2.5. Matriz categorial.....	44
Capítulo III .....	46
3. Metodología de la investigación .....	46
3.1. Tipos de investigación.....	46
3.2. Métodos .....	46
3.2.1. Método analítico – deductivo.....	47
3.2.2. Método sintético - inductivo .....	47
3.3. Técnicas e instrumentos .....	47
3.3.1. Encuestas .....	47
3.3.2. Instrumentos .....	48
3.4. Población .....	48
3.5. Muestra .....	48
3.5.1. Cálculo de la muestra.....	49
Capítulo IV .....	51
4. Análisis e interpretación de resultados.....	51
4.1. Evaluación y análisis de resultados. ....	52

4.3.	Contrastación de resultados.....	62
Capítulo V .....		64
5.	Conclusiones y recomendaciones.....	64
5.1.	Conclusiones.....	64
5.2.	Recomendaciones.....	65
Capítulo VI .....		68
6.	Propuesta comunicacional alternativa .....	68
6.1.	Título de la propuesta.....	68
6.2.	Justificación.....	69
6.3.	Fundamentación .....	70
6.4.	Objetivos .....	71
6.5.	Ubicación sectorial y física .....	72
6.6.	Desarrollo de la propuesta .....	72
6.6.1.	Características de la publicación.....	73
6.6.1.1.	Periodicidad .....	73
6.6.1.2.	Naturaleza.....	74
6.6.1.3.	Formato.....	75
6.6.1.4.	Titulo .....	76
6.6.1.5.	Estructura.....	76
6.6.1.6.	Bases para las publicaciones.....	77
6.6.1.7.	Tiraje .....	78
6.6.1.8.	Estructura final de la revista .....	79
6.7.	Impactos.....	88
6.8.	Difusión .....	95
Anexos .....		100
ANEXO 1.	Árbol de Problemas .....	101
ANEXO 2.	Matriz de Coherencia .....	102
ANEXO 3.	Formato de Encuesta .....	103
ANEXO 4.	Fotografías tomadas en la investigación .....	107

## RESUMEN

Esta propuesta de comunicación alternativa surge luego del dialogo y acercamiento realizado con las autoridades del Cantón Mira y los dirigentes de la parroquia Rural “La Concepción”, previo al estudio de aceptación y viabilidad comunicacional para poder emprender la elaboración, diagramación y ejecución de una Revista con todos los acontecimientos de la parroquia, convirtiéndose así en una propuesta real y asertiva de comunicación, la misma que afianza no solo el desarrollo turístico de las personas que viven en este sector sin también se da a conocer a los y las visitantes sobre las riquezas turísticas que existen en la parroquia Rural “La Concepción” del cantón Mira. El producto de la propuesta de comunicación alternativa es el tiraje de una revista elaborada desde la gente y para la gente, en esta revista podemos encontrar detalles particulares y singulares de la gente y sus vivencias, lo que afianza y acerca a los visitantes con la población. La parroquia Rural “La Concepción” del cantón Mira, cuenta con un sinnúmero de actividades, programaciones, fiestas y riquezas culturales, turísticas y paisajísticas que no han sido explotadas y menos aún dadas a conocer, con esta revista, buscamos potencializar el desarrollo turístico y así distribuirla en puntos turísticos estratégicos del cantón y de otros cantones para que se pueda visibilizar el producto turístico y cultural que existe en la parroquia rural “la Concepción”. La aceptación de los pobladores y su apertura para poder plasmar en la revista los aconteceres de la Parroquia “la Concepción” del cantón Mira, se convirtió en parte fundamental para la realización de este trabajo, esta revista está diseñada con las normas de calidad en cuanto a su diseño, diagramación y papel, y la circulación de esta es de carácter gratuito y masivo.



## **ABSTRACT**

This proposed alternative communication comes after dialogue and rapprochement performed with the Canton Watch and the leaders of the Rural Parish "La Concepción" before the study of acceptance and feasibility communication to begin drawing, layout and implementation of a Magazine all parish events, becoming a real and assertive communication proposal, the same clinching not only the tourist development of the people living in this area without also disclosed to and visitors about the riches tourism that exist in the rural parish "La Concepción" canton Mira. The product of the proposed alternative communication is the circulation of a magazine produced from the people and for the people in this magazine can find individual and unique details of people and their experiences, which strengthens and about visitors to the population. The Rural Parish "La Concepción" Canton Mira, has a number of activities, schedules, festivals and cultural, tourist and scenic riches that have not been exploited much less released, with this magazine, we look potentiate tourism development and distribute it in strategic tourist spots of Canton and other cantons so you can visualize the tourist and cultural product that exists in the rural parish "Conception". The acceptance of the settlers and their openness to capture in the magazine the happenings of the Parish "Conception" Canton Look, became a fundamental part for the realization of this work, this magazine is designed with quality standards as its design, layout and paper, and circulation of this character is free and massive.

## INTRODUCCIÓN

La investigación de Grado se desarrolló en la ciudad de Mira, específicamente en la Parroquia Rural “La Concepción”, fue desarrollada mediante la estrategia comunicacional alternativa de la elaboración y publicación de una revista, la misma que se convierte en una herramienta de recuperación, proyección y participación de los pobladores de la Parroquia “La Concepción”.

Siendo parte fundamental la colaboración de las autoridades parroquiales y de cada una de las personas que en esta Parroquia rural viven se procedió a aplicar las técnicas de las entrevistas, reportajes y géneros periodísticos con el fin de diagramar e imprimir una revista que con el apoyo de los pobladores de la Parroquia de la Concepción del Cantón Mira, se logre visibilizar las maravillas turísticas que en esta parroquia existen, ya que por la falta de instrumentos para conocerlas no se logra potencializar ni proyectar a la parroquia como un sector turístico.

Este trabajo de investigación consta de seis capítulos, en los que se abarca los datos más trascendentales referentes a este tema:

En el capítulo I, se detalla los antecedentes, planteamiento y formulación del problema, delimitaciones, objetivos, preguntas específicas y justificación.

El capítulo II, abarca la fundamentación teórica, conceptual, posicionamiento teórico personal, glosario de términos y matriz categorial.

El capítulo III, trata sobre la metodología de la investigación, tipo, métodos, técnicas e instrumentos, población y muestra.

El capítulo IV, se desarrolla el análisis e interpretación de resultados, tanto de la encuesta, como de las entrevistas aplicadas.

En el capítulo V, se presenta las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

En el capítulo VI, se presenta la propuesta alternativa, los impactos generados y los medios alternativos de difusión.

## **CAPÍTULO I**

### **1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1. ANTECEDENTES**

Mira es un cantón de la provincia de Carchi en el norte del Ecuador. Tiene una población aproximada de 12.919 con una extensión territorial de 581,69 Km<sup>2</sup> y una temperatura promedio de 16.2°C, se encuentra al sur de la misma provincia cercana de la ciudad de Ibarra, y cercano a Salinas en Imbabura. Es conocida como "Balcón de los Andes" y fue fundada el 18 de agosto de 1980.

El cantón Mira está considerado como un lugar turístico que cuenta con muchas tradiciones, las mismas que al no ser conocidas por la población no ha podido ser promocionadas de manera turística en beneficio de la misma población.

La Misión del Gobierno Autónomo descentralizado del cantón Mira como institución pública autónoma es satisfacer y mejorar las necesidades básicas de la comunidad a través de mecanismos de participación ciudadana, en la búsqueda del desarrollo social cantonal.

Mientras que la Visión está encaminada al desarrollo cantonal de una manera armónica e integral en lo social, agrícola, pecuario, turístico, artesanal, cultural y deportivo. Líder en gestión participativa, con servicios de calidad, potenciando permanentemente el desarrollo humano con dignidad y equilibrio económico, dentro de un ambiente sano y sustentable.

Con estos antecedentes por medio del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mira, la Parroquia Rural de “La Concepción”, se propuso la elaboración de una revista turística e informativa denominada “El Balcón de los Andes”, la misma que se convirtió en una herramienta de promoción de la parroquia y sus atractivos turísticos.

Las revistas se presentan ante los lectores como publicaciones no diarias que mantienen cierta periodicidad en sus ediciones y que suelen contener temas complementarios a los que diariamente se pueden leer en los periódicos. Son un medio de comunicación impreso que tiende a satisfacer necesidades o requerimientos informativos específicos que exige la población, como la profundización en diferentes hechos reseñados por la prensa diaria o especificidad en otros vinculados con la Cotidianidad.

Así van surgiendo las revistas de interés general o las revistas temáticas, especializadas en un tema en particular o que sencillamente recopilan datos sobre una misma tendencia, es así y al contar con un sin número de atractivos turísticos, una amplia gama de festividades y con múltiples manifestaciones interculturales de la Parroquia Rural de “La Concepción” se convierte en un sector eminentemente turístico y al promocionar de estos en una revista potencializa el desarrollo turístico y promueve al Gobierno Autónomo Descentralizado y la labor que emprende en beneficio de la población, convirtiéndose en una herramienta promocional y comunicacional del cantón en general.

Con la Revista y sus publicaciones, las mismas que son de calidad tanto en contenido como en impresión, logró convertirse en un órgano de difusión a las comunidades del mismo cantón Mira; con respecto a todo esto, la Revista turística e informativa “El balcón de los Andes” se convirtió en un instrumento de convergencia investigativa y teórica, acerca de la Parroquia Rural de “La Concepción” y todo su contexto, turístico, étnico, comercial, poblacional, etc.

Abordamos temáticas actuales que nacieron y se trabajaron desde la gente, así como también temáticas de las tradiciones, perfiles de su gente, fotografías y artículos de sus principales pobladores. Por tanto, la revista es un espacio de intercambio y debate que posibilitó la discusión y la argumentación de posturas teóricas y metodológicas frente al saber y quehacer de la Parroquia Rural de “La Concepción”.

## **1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Esta revista turística e informativa “El balcón de los Andes” como medio impreso busca dar a conocer los eventos que se desarrollan en la Parroquia Rural de “La Concepción” y así dar relevancia a las actividades desarrolladas por los pobladores, los cuales se encargarán de la construcción colectiva de la misma y de su circulación.

La periodicidad de impresión será una revista por mes y será realizada también en formato interactivo y virtual, a tal punto que los turistas puedan tener acceso por medio del internet, permitiendo así que esté al alcance de más personas valiéndose de los avances tecnológicos existentes por lo que se encontrará también en la página Web del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón “Mira”.

Elaborar la revista turística e informativa “El balcón de los Andes” representa una nueva oportunidad para dar a conocer, en forma masiva, aquellos proyectos, estrategias, avances que se llevan a cabo desde el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón “Mira” y de la Parroquia Rural de “La Concepción”.

Nosotros como Parroquia Rural de “La Concepción” diariamente realizamos eventos, reuniones y elaboramos propuestas que con el apoyo de las autoridades y/o sin estas se ponen marcha, damos seguimiento y proporcionamos sus resultados y ejecuciones ya que valen la pena ser

divulgados; con esto se afianza las propuestas de la población, visitantes y autoridades en pro de alcanzar nuevos mecanismos de sostenibilidad de las actividades emprendidas y de mejorar el servicio de lo que se está realizando.

Se tomó en cuenta que el Gobierno Autónomo Descentralizado de “Mira” necesitaba un medio de información permanente y un medio de la Comunicación que difunda e integre tanto a la población mireña, autoridades y visitantes, con lo que se propone la elaboración de una propuesta alternativa que en este caso es la REVISTA TURISTICA E INFORMATIVA denominada “BALCON DE LOS ANDES” desde el GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO DE MIRA EN FORMATO IMPRESO Y ON-LINE”, misma que romperá el esquema de diagramación de los medios impresos, primará la fotografía, sus 8 páginas serán impresas a full color tamaño A4.

De esta manera, buscamos que su distribución se propague; la revista turística e informativa “BALCÓN DE LOS ANDES” de la Parroquia Rural “La Concepción” en formato impreso será distribuida dentro y fuera del cantón. Su periodicidad será mensual con un tiraje de 1000 ejemplares y daremos a conocer en el portal Web del Gobierno Autónomo Descentralizado el cantón Mira.

Gracias a los conocimientos en Comunicación Social, se aplicarán los distintos géneros periodísticos informativos como son: la entrevista, noticia, reportaje, crónica, entre otros que fueron adquiridos desde la enseñanza y prácticas en las aulas de clase.

Así también, se buscará interactuar con la población, no solo como intermediarios sino como entes generadores de información.

La Revista turística e informativa “BALCÓN DE LOS ANDES” de la Parroquia Rural “La Concepción” tiene un formato impreso y las

autoridades, pobladores y comunidad en general, se mantendrán informados del acontecer de la Parroquia la Concepción y así se logrará una mayor identificación con el quehacer del cantón Mira y se posicionará la cultura, atractivos turísticos y su gente.

### **1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo la escasa promoción turística de la parroquia rural La Concepción del Gobierno Autónomo Descentralizado de Mira, incide en el desarrollo económico, durante el primer semestre del 2014?

### **1.4. DELIMITACIÓN**

#### **1.4.1. Unidades de observación**

Se trabajó con 251 unidades de observación: 619 pobladores de la parroquia La Concepción, 73 empleados del GAD Mira y 21 actores políticos.

#### **1.4.2. Delimitación Temporal**

Esta investigación se realizó desde agosto del 2013 hasta diciembre del 2014.

#### **1.4.3. Delimitación Espacial**

Esta investigación cubrió a los empleados del Gobierno Autónomo Descentralizado de Mira y los miembros de las organizaciones políticas, civiles y cantonales del cantón Mira.



## **1.5. OBJETIVOS**

### **1.5.1 Objetivo General**

Promocionar turísticamente la Parroquia Rural La Concepción del Gobierno Autónomo Descentralizado de Mira para promover el desarrollo socioeconómico de la comunidad por medio de una estrategia comunicacional alternativa.

### **1.5.2 Objetivos Específicos**

- Diagnosticar si la promoción turística de la Parroquia Rural de “La Concepción” incide en el desarrollo de la población.
- Seleccionar la información científica y teórica, sobre comunicación alternativa que permita generar una propuesta de revista turística.
- Elaborar una propuesta comunicacional alternativa que promueva la actividad turística en la Parroquia Rural “La Concepción”, por medio de la impresión de una revista especializada en temas parroquiales.
- Socializar la propuesta comunicacional alternativa con los pobladores de la parroquia, empleados del GAD Mira, actores políticos y comunidad en general.

## **1.6. JUSTIFICACIÓN**

Con esta investigación se sustentó que mediante la difusión e información de los acontecimientos sociales, culturales, políticos y deportivos de la Parroquia Rural La Concepción, se logrará un posicionamiento

turístico, económico y social que beneficiará directamente a los pobladores.

Esta propuesta nació a raíz de la necesidad de miles de turistas nacionales y extranjeros del cantón Mira y su interés por conocer y saber más sobre nuestro cantón y desde la posibilidad de promoción, difusión e información a la población y sociedad en general sobre los atractivos turísticos, étnicos y eventos que se realizan en este desde la municipalidad.

Con toda esta información se planteó la propuesta comunicacional, utilizando la revista turística e informativa “EL BALCÓN DE LOS ANDES” de la Parroquia Rural “La Concepción” en formato impreso y on-line como una herramienta comunicacional poderosa para medir el posicionamiento del Cantón en el aspecto turístico, de desarrollo y participación de su población.

Con la circulación de esta revista como información de interés turístico y comunicacional general, comercial y gubernamental fusionada y construida con el aporte de todos sus actores, consolidamos el trabajo y el desarrollo ya que mediante la investigación, planeación, publicación y posterior distribución estratégica de este material cumplimos y cubrimos con esta necesidad de información tanto por el público interno como externo.

Esta información recopilada de manera mensual pretende ser de gran valía, no solo en la planificación y toma de decisiones del Gobierno Autónomo Descentralizado de Mira y de la Parroquia rural “la Concepción”, sino para los pobladores, quienes podrán mejorar y potencializar sus servicios.

Esta revista se mantendrá en un alto contenido de la cultura de todos los puntos más visitados por los turistas y la población; Así como también

estaremos visibilizados con los lugares más recónditos que se encuentran ausentes en el mapa histórico, gastronómico y étnico.

Para quienes habitamos en esta importante región, poseedora de diversos lugares históricos, arqueológicos, bellezas naturales, diversión y destinos turísticos de todo tipo, es importante poder concretar este gran flujo constante de actividades y manifestaciones en la necesidad de incitar al consumo de los turistas y así mismo suplir la necesidad de información que todos requerimos sobre este cantón, convirtiéndonos en un gran mercado potencial para difundir sus productos y/o servicios.

Nosotros estamos potencializando el turismo comunitario como una nueva modalidad turística que se está desarrollando en la región andina de Latinoamérica como alternativa al turismo tradicional. Esta tipología turística permite la conservación del medio ambiente y la participación de la comunidad local en la gestión turística del territorio. El proyecto está planeado para ser aplicado a largo plazo, intenta lograr un mejor aprovechamiento de las estrategias de información y visibilización de la Parroquia rural “La Concepción”, buscando enseñar a quienes no poseen información sobre la Parroquia rural “La Concepción” y sus alrededores y a su vez corregir todas las falencias informativas que se encuentren al paso, ya que al tener una fuente de consulta que en este caso será la revista, la población y los turistas no podrán equivocarse y contarán con los lineamientos estratégicos para poder visitarnos.

### **Factibilidad**

- Se contó con el apoyo de las autoridades cantonales como parroquiales y de la población de la Parroquia Rural “La Concepción”.
- La bibliografía física y digital sobre el tema a investigar fue de fácil acceso.

- Se contó con los recursos materiales y económicos para la realización de la investigación.
- Se contó con todo el conocimiento sobre la temática a investigar por parte de la investigadora.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

##### 2.1.1. Fundamentación Filosófica

###### Teoría Humanista

La investigación se fundamentó en la Teoría Humanista, que basa su accionar en una educación democrática, centrada en el estudiante preocupado tanto por el desarrollo intelectual, como por toda su personalidad.

Según Cárdenas Miguel, (2010), en el módulo de “Epistemología” manifiesta que:

**“El objetivo de la Teoría Humanista es conseguir que los estudiantes se transformen en personas auto determinadas con iniciativas propias que sepan colaborar con sus semejantes, convivir adecuadamente, que tengan una personalidad equilibrada que les permita vivir en armonía con los demás en las diferentes situaciones de la vida, las personas aprenden a partir de la experiencia, sin preocuparse de la naturaleza del proceso de aprendizaje”.**  
(p.12)

Desde el punto de vista de la teoría humanista, los estudiantes son seres íntegros y capaces de convivir en armonía, desarrollando una personalidad equilibrada con la adquisición de conocimientos de las experiencias cotidianas, transformándose en seres autodeterminados y críticos.

Desde el punto de vista del docente, la teoría humanista que se aplica respecto al contexto filosófico de la educación, está centrada en la concepción de saber comprender al estudiante como ser humano en toda su dimensión e integridad, tomando en cuenta la esencia formativa de la educación, en cuyo objetivo se basan e interrelacionan los elementos curriculares que se estructuran basados en los modelos educativos.

Es decir el humanismo va más allá de lo que cultural e históricamente se ha planteado. Significa un profundo conocimiento del ser humano, educado en valores, con características intelectuales que se pueden cultivar y acrecentar, con sentimientos, emociones, programas educativos acordes a una necesidad social y humana y necesidades físicas de espiritualidad y de sociabilidad.

## **2.1.2. Fundamentación Sociológica**

### **Teoría Socio-Crítica**

Se apoyó en la Teoría Socio Crítica, que trata directamente de la sociedad y su transformación, empleando un análisis crítico de las necesidades grupales que mejoren las condiciones culturales y la autonomía de los pueblos.

**Alvarado L., (2008), “El paradigma socio-crítico se fundamenta en la crítica social con un marcado carácter autorreflexivo; considera que el conocimiento se construye siempre por intereses que parten de las necesidades de los grupos; pretende la autonomía racional y liberadora del ser humano; y se consigue mediante la capacitación de los sujetos para la participación y transformación social. Utiliza la autorreflexión y el conocimiento interno y personalizado para que cada quien tome conciencia del rol que le corresponde dentro del grupo. El conocimiento se desarrolla mediante un proceso de construcción y reconstrucción sucesiva de la teoría y la práctica”. (p. 2).**

El aspecto socio crítico, es algo que trasciende al proceso de la comunicación desde la vida misma de los individuos, ya que se relaciona con las necesidades que presentan los diferentes grupos sociales, lo que incide en forma determinante en la transmisión de información para que tanto hombres como mujeres se hagan partícipes de la transformación y participación crítica y social reflexiva.

Es así que la teoría socio crítica plantea la necesidad de comprender la ciencia, la comunicación y la cultura desde una visión multidisciplinaria pues, afirma que la realidad no se puede comprender en base a un conocimiento segmentado y mucho menos poco crítico, por ello se hace énfasis en la importancia de la crítica como ejercicio de la propia razón frente al mundo para modificarlo. La crítica entonces está dirigida a poner en evidencia los límites construidos por los órdenes históricos en contraste con las probabilidades de que tales esquemas respondan de forma cada vez más plena a las necesidades individuales y colectivas de una sociedad.

### **2.1.3. Fundamentación Tecnológica**

La fundamentación tecnológica en la actualidad se plantea con nuevas exigencias y necesidades desde la escuela, para de esta manera construir una nueva cultura, la cultura tecnológica. De acuerdo a esta perspectiva resulta interesante contemplar a la tecnológica durante el proceso de la enseñanza con una racionalidad práctica de tipo instrumental y a su vez científica permitiendo la edificación de un conocimiento que relacione los modelos científicos con la realidad, para explicar, comprender y predecir los fenómenos que acontecen en nuestro entorno.

**Marques P., (2007), manifiesta que: “De todos los elementos que integran las Tecnologías de la Información y Comunicación, sin duda el más poderoso y revolucionario**

**es Internet, que abre las puertas de una nueva era, la Era Internet, en la que se ubica la actual Sociedad del conocimiento. Internet proporciona un tercer mundo en el que se puede hacer casi todo lo que se hace en el mundo real y además nos permite desarrollar nuevas actividades, muchas de ellas enriquecedoras para nuestra personalidad y forma de vida (contactar con foros telemáticos y personas de todo el mundo, localización inmediata de cualquier tipo de información, teletrabajo, teleformación, teleocio...). Y es que ahora las personas pueden repartir el tiempo de nuestra vida interactuando en tres mundos: el mundo presencial, de naturaleza física, constituido por átomos, regido por las leyes del espacio, en el que hay distancias entre las cosas y las personas; el mundo intrapersonal de la imaginación y el ciberespacio, de naturaleza virtual, constituido por bits, sin distancias.**

Es así que la tecnología desarrolla en los individuos una mirada reflexiva y crítica frente a las relaciones entre la tecnología como producto cultural, mediante el cual se identifica los mejoramientos o el deterioro de la calidad de vida de los miembros de la comunidad local, del país y del mundo. Este enfoque es de gran importancia en el diseño de una revista que además de presentarse impresa se la difundirá mediante el empleo de herramientas tecnológicas como es el caso de internet, mediante el cual se presentará la revista a un grupo diverso de personas, llegando con información directa para promover la cultura y costumbres de los pueblos.

#### **2.1.4. Fundamentación Legal**

Se basó en el Registro Oficial de la Ley Orgánica de Comunicación (2013), haciendo referencia a las Normas deontológicas, las mismas que toman en cuenta los procesos comunicacionales y las características que se deben considerar, al momento de elaborar un instrumento de comunicación alternativo, para que el mismo contenga información que no afecte la integridad de sus actores o participantes de la información. Además se considera temas concernientes al ejercicio profesional y los diferentes lineamientos que se deberá seguir en la recopilación de



información, entendiendo las consecuencias legales en caso de incumplir estas normas.

**“TÍTULO II**  
**Principios y derechos**  
**CAPÍTULO I**  
**Principios**

**Art. 10.- Normas deontológicas.-** Todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones:

**1. Referidos a la dignidad humana:**

- a.** Respetar la honra y la reputación de las personas;
- b.** Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios; y,
- c.** Respetar la intimidad personal y familiar.

**2. Relacionados 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 imágenes o menciones identificativas que atenten contra la dignidad o los derechos de las personas con graves patologías o discapacidades;
- c.** Evitar la representación positiva o avalorativa de escenas donde se haga burla de discapacidades físicas o psíquicas de las personas;
- d.** Abstenerse de emitir imágenes o 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 imagen 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.

**3. 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 imágenes 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.

**3. Relacionados con las prácticas de los medios de comunicación social:**

- a. Respetar la libertad de expresión, de comentario y de crítica;

- b.** Rectificar, a la brevedad posible, las informaciones que se hayan demostrado como falsas o erróneas;
- c.** Respetar el derecho a la presunción de inocencia;
- d.** Abstenerse de difundir publireportajes como si fuese material informativo;
- e.** Cuidar que los titulares sean coherentes y consistentes con el contenido de las noticias;
- f.** Distinguir de forma inequívoca entre noticias y opiniones;
- g.** Distinguir claramente entre el material informativo, el material editorial y el material comercial o publicitario;
- h.** Evitar difundir, de forma positiva o avalorativa, las conductas irresponsables con el medio ambiente;
- i.** Asumir la responsabilidad de la información y opiniones que se difundan; y,
- j.** 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 medios de comunicación destinada a desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública.

El incumplimiento de las normas deontológicas establecidas en este artículo podrá ser denunciado por cualquier ciudadano u organización ante la Superintendencia de la Información y Comunicación, la que, luego de comprobar la veracidad de lo denunciado

Emitirá una amonestación escrita, siempre que no constituya una infracción que amerite otra sanción o medida administrativa establecida en esta Ley”.

### **3.1.1. Promoción turística**

La promoción turística hace referencia a la difusión de un lugar como destino para los turistas, tanto internos como externos.

### 3.1.1.1. Promoción

La promoción es una parte integral del sistema social y económico, que emplea la coordinación de todas las actividades que se utilizan para establecer canales de información, encaminados a la venta de bienes, servicios o a impulsar una idea.

Organización Mundial del Turismo (2014), manifiesta que: **“La promoción se entiende como todas aquellas acciones y esfuerzos realizados, de manera conjunta o en lo particular, por las Organizaciones Nacionales de Turismo (ONT), por las administraciones nacionales de turismo (ANT), por el sector privado o los propios destinos turísticos cuyo propósito es atraer turistas a un destino determinado”.**

Es importante destacar que la llegada de visitantes a una ciudad o un país genera ingresos económicos para dicho lugar, por eso la importancia de la promoción turística.

En concreto, hay que establecer que toda actividad de promoción turística abarca una gran variedad de propósitos, entre los más usuales están los siguientes:

- Fomentar lo que sería la promoción y atractivo turístico de un lugar.
- Aumentar y dar a conocer la oferta que existe para el turista.
- Captar eventos de cierta relevancia para la zona.
- Incentivar la implicación de todos los interesados con el turismo para impulsar el mismo y atraer a mayor número de visitantes.

### Importancia de la promoción

En la actualidad, para la mayoría de las empresas resulta esencial hacer algún tipo de promoción, con el fin de crear conciencia en el consumidor sobre su producto y las características del mismo. Muchos

aspectos han aumentado la importancia de la promoción, es así que se detalla los más importantes.

- Los consumidores en la actualidad se enfrentan a una gran demanda de productos similares, eligiendo una marca, sin tomar en cuenta sus características, eligiéndolo solamente por la información que ha recibido de ese producto. Así, el mercado objetivo incluye con frecuencia, personas que han establecido lealtad con el producto. Es así que el vendedor debe promover su producto, para persuadir a los individuos a cambiar sus hábitos de compra y esto se conseguirá con la promoción.
- Otro aspecto de la importancia de la promoción, es el acercamiento entre productores y consumidores; debiendo involucrarse consumidores, intermediarios y productores, los mismos que deben recibir información clara y precisa de los productos o servicios a promocionar. De esa manera, el propósito básico de la promoción es facilitar el movimiento de productos y de información relacionada con el producto o servicio a través de la red de marketing.
- Los consumidores van más allá de satisfacer sus necesidades físicas básicas y se encaminan hacia la satisfacción de sus deseos. Cuando distribuyen sus limitados recursos a la compra de deseos antes que a la satisfacción de necesidades, se vuelven más selectivos en sus decisiones. Un buen programa promocional ayuda a los consumidores a tomar estas decisiones en una mejor forma.
- La promoción se necesita para mantener los niveles de ventas y utilidades necesarios para la supervivencia de la empresa. Rediseñar mensajes, hacer publicidad en una forma diferente y más brillante y mejorar las ofertas de la promoción de ventas son algunas de las formas para estimular la demanda del comprador.

Por lo general, el esfuerzo promocional constituye la mayor parte de la inversión total de marketing. Los directivos deben estar seguros de que el alto nivel de inversión produzca los resultados deseados.

### **3.1.1.2. Turismo**

De acuerdo a aspectos citados en textos de la Organización Mundial de Turismo se puede decir que, turismo, son las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, negocio u otros motivos.

Hunziker W., (1942), "El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa" (p.15).

El turismo es actualmente una de las actividades económicas y culturales más importantes con las que puede contar un país o una región. Es así que se entiende por turismo a todas aquellas actividades que tengan que ver con conocer o disfrutar regiones o espacios en los que uno no vive de manera permanente.

En los últimos años se han producido una gama de elecciones de viajes de turismo alternativo, dichas opciones de desplazamientos incluyen entre otras, el turismo cultural, de aventura, el rural, el ecológico o ecoturismo. Todos ellos, lógicamente, son una serie de variantes que dependen de las características, motivaciones y posibilidades económicas de los turistas.

Actualmente la tendencia a nivel mundial es el turismo alternativo, la gente desea conocer, tener un contacto más estrecho con los pueblos y

sus manifestaciones culturales; experimentar nuevas emociones o realizar alguna actividad fuera de lo común; conocer, disfrutar las prácticas de las labores cotidianas; o, simplemente, aprovechar de los beneficios de la naturaleza de la historia y el patrimonio de los antepasados. En este caso, la parroquia rural La Concepción es un lugar que cuenta con un sin número de manifestaciones culturales.

### **Importancia del turismo**

Independientemente de las posibles variantes que haya del turismo, la importancia de esta actividad reside en dos pilares principales. El primero es aquel que tiene que ver con el movimiento y la reactivación económica y el otro con un carácter sociocultural.

Así, todos los países y regiones del planeta cuentan con el turismo como una actividad económica más, que genera empleos, obras de infraestructura, desarrollo de establecimientos gastronómicos y hoteleros, crecimiento del transporte aéreo, terrestre o marítimo, etc.

En el aspecto sociocultural, la importancia del turismo reside en el hecho de que es a través suyo que el ser humano puede conocer de cerca y en vivo otras culturas, otras sociedades, otras formas de vivir y otros ambientes geográficos. Si bien todos estos datos pueden conocerse a través de enciclopedias, mapas y fotos, es sólo a través del turismo que los individuos puede interactuar directamente con esas realidades diferentes a las que uno acostumbra a experimentar, pudiendo así enriquecer su propia cultura y experiencia personal.

#### **3.1.1.3. Definición e importancia de la promoción turística**

Coutin M., (2010), la promoción turística es: “Promocionar integral y competitivamente una determinada región, con sus productos y destinos,

en los mercados nacional e internacional, a través del trabajo conjunto entre todos los actores de la actividad turística”. (p. 8).

De acuerdo a esta definición se puede apreciar que con la promoción turística se logrará incrementar la atención del viajero tanto interno como externo; orientando la promoción turística en base a la demanda del mercado actual, destacando las cualidades positivas de la región, para de esta manera captar la atención del turista. Con la finalidad de obtener una promoción turística de calidad, se debe enfocar diferentes aspectos e instrumentos de comunicación que plasmen el servicio a proporcionar.

**Publicidad.-** Con la inserción de anuncios en diversos medios de comunicación de masas como: folletos, revistas, trípticos, televisión, páginas web.

**Ferias Turísticas.-** Encuentros de corta duración que pueden tener lugar en fechas históricas o fiestas de cada localidad, que promocionen la cultura, tradiciones y costumbres.

**Promoción de ventas.-** Es el conjunto de acciones encaminadas a incrementar la demanda de productos o servicios a ofertar.

En el estudio actual la promoción turística se dará en base a una propuesta de comunicación alternativa como es una revista que potenciará las cualidades de la parroquia rural La Concepción, para atraer a turistas propios y extraños con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los habitantes de la comunidad.

#### **3.1.1.4. Generalidades de la parroquia rural La Concepción**

Según El Periódico Parroquial de La Concepción (2013), el Gobierno Provincial del Carchi, se destaca que:



“La Concepción, pueblo de mujeres y hombres de trabajo, minga y lucha constante que a pesar de toda incomprensión han cimentado su cultura y tradiciones en el norte ecuatoriano. La presencia negra en la parroquia Concepción se remonta al siglo XVII, época en que los jesuitas deciden buscar nuevas alternativas para activar su producción introduciendo esclavos negros de origen africano que soporten el clima del Coangue o Valle de Sangre.

En ese tiempo existieron tres haciendas adscritas a la Villa de San Miguel de Ibarra. La Concepción fue la más importante y productiva, manteniendo la mayor extensión de tierras sembradas por los esclavos que a pesar del tiempo y la derogación de la esclavitud continuaron en condiciones inhumanas.

Los peones negros vivieron en las haciendas como huasipungueros hasta la puesta en práctica del proceso de Reforma Agraria, ley promulgada, en su primera versión, en 1964. La desaparición de la esclavitud como institución significó el inicio de un proceso de campesinización que marcaría definitivamente otros derroteros en la vida social, económica y cultural de la población negra” (p.4).

ISIS (2013), página web Mira el Balcón de los Andes.

### **“Creación de la parroquia**

La concepción fue elevada a parroquia el 17 de abril de 1884 pertenecía al cantón Tulcán. En el año de 1939, el Concejo municipal del cantón Espejo, establece los nuevos linderos de La Concepción al crear la parroquia Jacinto Jijón y Caamaño, se supera así algunas dificultades de los linderos establecidos en la colonia. El 18 de agosto de 1980, Mira se convierte en Cantón mediante decreto legislativo N° 47 publicado en el Registro Oficial N° 261 del 27 de agosto de 1980 con las parroquias de Mira, La Concepción, Juan Montalvo, Jacinto Jijón y Caamaño.

## **Ubicación**

La Concepción está situada al oeste de Mira, a una distancia de 31 km., con sus límites ya determinados, con sus respectivos barrios: Alfonso Herrera, La Merced, Ocho de Diciembre, Santa Marianita y San Francisco y las comunidades de: La Merced de Palo Blanco, El Corazón de Mundo Nuevo, Mundo Nuevo, El Naranjito, El Naranjal, El Rosal, El Hato de Chamanal, Santa Lucía, Chamanal, La Loma, El Milagro, La Convalecencia, Santa Luisa, Santa Ana, Estación Carchi, El Empedradillo, El Abra, La Achira, Guagrabamba, El Tablón. Posee un camino carrozable conectado a la cabecera cantonal, 18 escuelas fiscales y un colegio.

## **Límites geográficos**

**Al Norte.-** Desembocadura del Río de la Plata en el Río Mira; el curso del Río de la Plata, aguas arriba, que luego toma el nombre de Chutín; por éste, aguas arriba, hasta la afluencia de la Quebrada de las Piñuelas; por ésta, aguas arriba, hasta sus orígenes; desde dichos orígenes una línea imaginaria hasta el Cerro Maletón; desde este, la línea de cumbre al Cerro Chiltazón

**Al Sur.-** Desde este punto, el Río Santiaguillo, aguas abajo, hasta su desembocadura en el Río Mira.

**Al Oeste.-** El Río Mira, aguas arriba, hasta la desembocadura del Río de la Plata.

**Al Este.-** Desde El Cerro Chiltazón, la línea de cumbre que pasa por el Cerro Chiltazón, hasta los orígenes de la Quebrada El Rosario; por esta última, aguas abajo, hasta desembocar en el Río Santiaguillo.

## **Población**

La población de la Parroquia de acuerdo al censo de población y vivienda del 2010 está compuesta por etnias afroecuatoriana y mestiza, es la parroquia rural más poblada del Cantón: hombres 1414; mujeres 1393 dando un total de 2807 habitantes”.

## **Producción**

De acuerdo al Censo de Población y Vivienda 2010, alrededor del 75% de la Población se dedica a la Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, en un menor proporción se ejercen el comercio al por mayor y menor; así como al transporte y almacenamiento. Los principales productos que se cultiva en la zona son: Tomate riñón, caña de azúcar, fréjol, morochillo, espárragos, pimientos, ají, pepinillo, papaya, plátano, tomate de árbol, yuca.

## **Sitios turísticos**

Los sitios turísticos de la parroquia que podrían ser explotados son: El Abra, el Bohío de Santiaguillo, Cerro Pan de Azúcar, Mula Potrero, Rio Mira, Aguas Termales Catarama en Palo Blanco, Cerro Campanario en Santa Lucia, Cerro Tausal en las Etribaciones del Rosal y Naranjal, Voladero de Guadrabamba, finca Integral El Palenque en Naranjal, Los Trapiches, las Lagunas de Santa Lucia, la Iglesia de la Cabecera Parroquial por su antigüedad, el Refugio de Oshún o Casa de la Mujer de la CONAMUNE.

### **3.1.2. Comunicación**

La palabra Comunicación proviene del latín communis que significa común. Tanto el latín como los idiomas romances han conservado el

especial significado de un término griego (el de Koinoonia) que significa a la vez comunicación y comunidad. También en castellano el radical común es compartido por los términos comunicación y comunidad. Ello indica a nivel etimológico la estrecha relación entre "comunicarse" y "estar en comunidad". En pocas palabras, se "está en comunidad" porque "se pone algo en común" a través de la "comunicación".

Fiske J., (1982), define a la comunicación como una "interacción social por medio de mensajes". Por su parte, Pasquali A., (1978), afirma que "la comunicación aparece en el instante mismo en que la estructura social comienza a configurarse, justo como su esencial ingrediente estructural, y que donde no hay comunicación no puede formarse ninguna estructura social". Para Pasquali el término comunicación debe reservarse a la interrelación humana, al intercambio de mensajes entre hombres, sean cuales fueren los aparatos intermediarios utilizados para facilitar la interrelación a distancia. Luego de un gran esfuerzo de abstracción definitoria concluye considerando a la comunicación como:

"La relación comunitaria humana consistente en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad del hombre".

**Fernández, (1999), "para que haya comunicación es necesario un sistema compartido de símbolos referentes, lo cual implica un intercambio de símbolos comunes entre las personas que intervienen en el proceso comunicativo. Quienes se comunican deben tener un grado mínimo de experiencia común y de significados compartidos"**

En cuanto a su propósito, Aristóteles en sus tiempos deja muy claramente asentado que la meta principal de la comunicación es la persuasión, es decir, el intento que hace el orador de llevar a los demás a tener su mismo punto de vista. Berlo, (1979), afirma que "nos comunicamos para influir y para afectar intencionalmente a otras

personas”. De igual modo afirma que “nuestro fin básico (al comunicarnos) es alterar la relación original existente entre nuestro organismo y el medio que nos rodea”.

### **3.1.2.1. La comunicación y sus axiomas**

Para que podamos entender a la comunicación y sus fenómenos es importante tomar en cuenta ciertos aspectos que facilitan el entendimiento de la comunicación; entre estos están los axiomas de la comunicación que según Paul Watzlawick, son cinco definidos en su teoría de la comunicación humana, en la que explican que la comunicación puede ser afectada por diferentes circunstancias, sucesos así como escenarios.

Se consideran axiomas porque su cumplimiento es indefectible; en otros términos, reflejan condiciones de hecho en la comunicación humana, que nunca se hallan ausentes. En otras palabras: el cumplimiento de estos axiomas no pueden, por lógica, no verificarse.

- Es imposible no comunicar, cualquier tipo de conducta o comportamiento que tienen los individuos es una forma de comunicación.
- Toda comunicación tienen un nivel de contenido y un nivel de relación, de tal manera que el último clasifica al primero, y es, por lo tanto, una meta de comunicación: La comunicación va más allá de las palabras, tienen todo un proceso de información de por medio; como el emisor desea ser entendido y como el receptor capta el mensaje.
- La naturaleza de una relación depende de la forma de puntuar o pautar las secuencias de comunicación que cada participante establece. Se necesita un orden, deben ser sintagmático y paradigmático: el comportamiento del receptor tanto como el emisor generan una

reacción a la conducta que la otra persona provoca; sin embargo, cada una de las partes se involucran en un proceso cíclico de un continuo intercambio de comunicación que va más allá de la causa y efecto.

- La comunicación humana implica dos modalidades: digital y la analógica: el lenguaje verbal y no verbal en conjunto generan un todo. Comunicación digital: lo que se dice. Comunicación analógica: como se dice.
- Los intercambios comunicacionales pueden ser tanto simétricos como complementarios; Complementario habla sobre una sinergia, una retroalimentación y simétrico de la igualdad de comunicación

Esta palabra Comunicación proviene del latín communis que significa común. Tanto el latín como los idiomas romances han conservado el especial significado de un término griego (el de Koinoonia) que significa a la vez comunicación y comunidad. También en castellano el radical común es compartido por los términos comunicación y comunidad. Ello indica a nivel etimológico la estrecha relación entre "comunicarse" y "estar en comunidad". En pocas palabras, se "está en comunidad" porque "se pone algo en común" a través de la "comunicación".

Pasquali, (1978), luego de un gran esfuerzo de abstracción definitoria concluye considerando a la comunicación como: **"la relación comunitaria humana consistente en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad del hombre"**.

Fernández, (1999), **"para que tengamos una buena comunicación es necesario un sistema compartido de símbolos referentes, lo cual implica un intercambio de símbolos comunes entre las personas que intervienen en el proceso comunicativo. Quienes se comunican deben tener un grado mínimo de experiencia común y de significados compartidos"**

### 3.1.2.2. Proceso de comunicación

La comunicación se manifiesta por etapas sucesivas y no simultáneas o sincrónicas, motivadas por el cual, una vez definida, resulta procedente describirla en sus fases o elementos constitutivos como un proceso, esto es, como fenómenos que se descomponen en etapas más o menos regulares y secuenciales, teniendo en cuenta la dinámica de movimientos que se relacionan los elementos entre sí en todo proceso comunicacional.

Berlo, (1979), “en la antigüedad personalidades como Aristóteles afirmaban la presencia de tres elementos fundamentales en la comunicación, como lo son: orador, discurso y auditorio. Hoy día se habla de: emisor, mensaje y receptor”.

A continuación analizaremos los elementos del proceso de comunicación a través de un modelo general usualmente utilizado en la última década y que se derivan de los primeros trabajos de Shannon y Weaver, así como los de Schramm.

### 3.1.2.3. Elementos y/o componentes básicos de la comunicación

**Comunicador.-** Las personas con ideas, intenciones, información y que tienen por objetivo el comunicarse.

**Codificación.-** Es un proceso que convierten las ideas del comunicador en un conjunto sistemático de símbolos, en un idioma que expresan el objetivo que estos persiguen.

**Mensaje.-** Es el resultado del proceso de codificación. Aquí expresan el objetivo que persiguen el comunicador y lo que esperan comunicar a su destinatario.

**Medio de comunicación.-** Al envía el mensaje del comunicador al receptor. En una organización los medios de comunicación pudieran ser: por medio de entrevistas personales, por teléfono, por medio de reuniones de grupo, por fax, memos, carteleras, tele-conferencias, entre otros. Vale destacar que los mensajes pueden representarse también de forma no oral, por medio de posturas corporales, expresiones del rostro y movimientos de manos y ojos.

Cuando la comunicación de un emisor es contradictoria (el mensaje no oral contradice al oral), el receptor suele dar más importancia al contenido no oral de la comunicación que recibe. Este tipo de comportamientos no oral guardan una relación con la capacidad de persuasión del emisor hacia su receptor.

**Decodificación.-** Es necesario para que se complete el proceso de comunicación y para que el receptor descifre el mensaje. Los receptores interpretan (decodifican) el mensaje sobre la base de sus anteriores experiencias y marcos de referencia.

**Receptor.-** Esta persona que recibe y decodifica el mensaje.

**Retroinformación.-** Es la respuesta del mensaje por parte del receptor y que le permiten al comunicador establecer si se ha recibido su mensaje y si ha dado lugar a la respuesta buscada. Co retroinformación pueden indicar la existencia de fallos en la comunicación.

**Ruido.-** Se puede definir como cualquier factor que distorsiona la intención que persigue el mensaje y puede producirse en todos los elementos de la comunicación.

Vale destacar que todos estos elementos son fundamentales para que se produzcan la comunicación y no deben ser considerados como independientes.



### 3.1.2.4. Modelos de Comunicación

**La comunicación como proceso.-** Fiske, (1982), “El interés por la comunicación ha dado como consecuencia diversidades de modelos del proceso con diferencias en cuanto a descripciones y elementos. Ninguno de ellos pueden calificarse de exacto; sino que algunos serán de mayor utilidad o corresponderán más que otros en determinado momento. Existen dos vertientes o tendencias en cuanto a modelos de comunicación, por un lado los que se centran en el proceso propiamente dicho y en la semiótica por el otro”.

La primera vertiente es la comunicación como proceso y se centran en el proceso comunicacional desde un ángulo bastante científico y exacto; aquí el concepto central según Berlo, (1979), “es la transmisión de mensajes a través de un proceso eficiente”, donde tienen una gran relevancia el rol de codificadores y decodificadores que cumplen los emisores y receptores respectivamente.

La segunda vertiente parte del punto de vista semiótico, contribuyen a la creación y estabilidad de valores sociales, por el mismo hecho de que se preocupan por el contenido del mensaje y sus implicaciones socioculturales en las conductas generadas en el receptor del mensaje. Dicha vertiente es de gran relevancia en esta investigación que tienen por objeto el estudio de la comunicación como medio para afrontar el cambio organizacional.

Estas tendencias parten de la ciencia de los signos y los significados; Fiske, (1982), la Semiótica, asumen que la comunicación es la “...producción e intercambio de mensajes que interactúan con las personas para producir sentido”.

Desde esta óptica se toma en cuenta el impacto cultural que pueden tener un texto en el individuo que actúa como receptor, puesto que se

hace énfasis no en las etapas del proceso sino en conceptos como signo y/o significación.

### **3.1.3. Revistas. Definiciones, Clasificación y Características**

#### **3.1.3.1. Definiciones**

Es probable que cada persona tenga un concepto propio acerca de lo que es una revista. Las características observables en ellas, a simple vista, ayudan a crear una definición común y a tener una idea general acerca de su función y finalidad.

Siguiendo esta consideración, podría decirse que las revistas son un medio impreso que abordamos temas diversos, a veces sobre un área específica (moda, política, economía, cocina), con una profundidad mayor a la desarrollada en un periódico y con una periodicidad más distanciada pues no circulan diariamente. Además, presentan la información en un formato distinto: el papel es de diversas calidades, el tamaño, la proyección, el uso de información y el direccionamiento comunicacional.

Las revistas son más que esa serie de características percibidas en una ojeada breve. Por ello, diversos académicos se han encargado de estudiar este medio de comunicación que resulta atractivo y en ocasiones novedoso para periodistas y lectores.

En el Diccionario de Comunicación Social, escrito por Olga Dragnic, (2003), se define como una “publicación periódica no diaria que se edita por cuadernos o pliegos que pueden o no ir unidos y que tiene generalmente una vistosa presentación, sobre todo en la portada” (p.259). Para complementar el concepto, Dragnic continúa explicando que “el contenido de una revista es muy variado ya que puede presentar informaciones generales de actualidad o ser una edición especializada”.

Así mismo José Martínez de Sousa, (1992), en su Diccionario de información comunicación y periodismo, las detalla como “publicaciones periódicas de aparición más espaciada que los periódicos”. Afirma Martínez de Sousa que normalmente las revistas suelen ser semanales, sobre todo las de información general, y que las especializadas suelen tener una periodicidad quincenal, mensual, bimestral, trimestral, o más.

En el Diccionario Enciclopédico Salvat, (1967) se define el término revista de la siguiente manera: **“Publicación periódica por cuadernos, con escritos sobre varias materias, o sobre una sola especialmente [...]. Hoy, generalmente, se reserva el nombre de revista a las publicaciones periódicas no diarias importantes, de carácter literario, científico o artístico, con ilustración abundante y selecta, pero también sin ella”**. (p. 436-437)”.

Como debemos notar, los distintos conceptos coinciden al mencionar las condiciones comunes presentes en la gran mayoría de las revistas. Se refieren a su periodicidad, a los temas o informaciones que debemos abordar al factor estético (tienen forma de cuadernos y son de gran vistosidad por las imágenes y colores). Pero las revistas siguen siendo más que eso.

Poseen múltiples características que bien pueden estar presentes en unas y ausentes en otras, pero que en definitiva servirán para ampliar el concepto de revista.

El profesor Castejón E., (1986), en su investigación titulada Revistas, Periodismo no diario, luego de presentar 14 definiciones diferentes de la palabra revista, comenta que:

**“Existen diversos aspectos que usualmente convergen para permitir que una publicación sea catalogada como revista y que esos elementos necesarios para su definición no deben mostrarse aisladamente sino como grandes grupos que en conjunto reflejarán la fisionomía, función, características y objetivos de una revista y que además son vitales para que existan este tipo de publicación”**.

Con los elementos claves investigados por el profesor Castejón en su Trabajo de ascenso son: “formato, periodicidad, fisonomía y tratamiento informativo”. El trabajo de Castejón explico que el formato, percibido a simple vista, refleja la naturaleza de las revistas. Por ser de menores dimensiones que los periódicos, destacan notablemente en los kioscos y facilitan su identificación.

**Castejón E., (1986), “También expone que el formato usualmente utilizado en las revistas es el de un octavo (1/8), que es la octava parte de un pliego de papel, pero igualmente existen tamaños menores o un poco más grande que se obtienen también de las múltiples divisiones de un pliego de papel. Habla acerca de la periodicidad y afirma que “las revistas constituyen el “vehículo” natural, especial, para el periodismo no diario. De allí que, aunque los lapsos de tiempo, en cuanto a su aparición, varíen, la revista nunca, por su propia condición serán diaria”. (p.117).**

Según ésta consideración, las revistas pueden circular semanalmente como periodicidad mínima cada 15 días, mensualmente, cada dos meses, cada tres meses o más según se decida.

Para Castejón, algunos de los motivos que inducen a periodicidades mayores a las mensuales son los altos costos de producción de este medio. Hablamos también sobre la Fisonomía, la misma que va relacionada con la presentación que posea cada revista, existen características presentes en todas ellas, sin excepción, que permiten su fácil diferenciación entre los periódicos, semanarios o quincenarios que no son revistas. El hecho de que sean editadas en forma de cuadernos, diagramadas de una manera ágil y dinámica, usen el color ampliamente en sus páginas y contengan un gran despliegue fotográfico, las identifica como revistas. Así se explica en el trabajo del profesor Castejón.

Castejón E., (1986) en su obra Tratamiento informativo: “[...] Lo que, periodísticamente hablando, permite Identificar plenamente a una revista es su particular tratamiento informativo. En estos tipos de publicación [...]

el uso de la información es significativamente distinto al de los diarios” (p.118).

El autor no ahonda mucho sobre cómo es el tratamiento de la información en las revistas pero hacen una afirmación tajante en cuanto que se manejan de manera diferente.

Pero luego de exponer estos cuatro elementos característicos de las revistas, proceden a realizar una definición propia que se presentarán seguidamente pues engloba las distintas apreciaciones manifestadas por diversos autores y podría considerarse como un concepto integral.

**Castejón E., (1986), “La revista, de esa forma, podrían ser concebidas como un medio de comunicación no diario, en forma de cuaderno y con una presentación particular y dinámica, a través del cual se transmite, con mayor reposo y sosiego, y sin los cerrados esquematismos del diario, información diversa de actualidad”. (p.118 y 119).**

Tenemos presente con el concepto anterior sobre lo que es una revista, es momento preciso para aclarar otro término. En ocasiones se suelen emplear la palabra “magazine” como sinónimo de revista. Ciertamente, gran cantidad de diccionarios los muestran como similares.

El diccionario Larousse (1964) define magazine como “revista ilustrada que trata de asuntos varios” (p.645). En la Enciclopedia Espasa (2005), magazine es “revista o periódico ilustrado” (p.7321). Y en el Diccionario Enciclopédico Salvat (1967) es “voz inglesa que significa almacén, hoy de empleo universal para designar una publicación periódica que tratan de asuntos varios, como las revistas ilustradas” (p.121).

Sin embargo, desde la academia algunos trazan diferencias entre ambos términos. Dragnic, (2003) “Actualmente, se denomina magazine a un tipo de revistas muy exitosas, cuyo contenido tienden a ser ligero o directamente frívolo” (p.164). La definición anterior es de la autoría de la

profesora Olga Dragnic y fue tomada de su Diccionario de Comunicación Social. En él continúa explicando que los magazines casi siempre son publicaciones semanales o mensuales elaboradas para el tiempo de ocio, que en muchos casos no son publicaciones autónomas sino que se distribuyen como complemento de los diarios.

Las diferencias o semejanzas entre revista y magazine han sido estudiadas muy poco. De allí que para algunos sean sinónimos y para otros los magazines sean un tipo de revista en particular.

### 3.1.3.2. Clasificación

Según la investigación, las revistas pueden clasificarse en las siguientes categorías, las cuales son:

- **Por su temática.-** Estas pueden ser direccionadas a cierto público y manejadas con un nivel de target según le convenga a la empresa que va a publicar. Y están se basan en: Revistas de Información general, Revistas Especializadas, Éstas, a su vez se desglosan según las distintas áreas de investigación existentes como pueden ser: Políticas, Femeninas, Culturales, Las Revistas, Deportivas, Especializadas de espectáculos o farándula, Científicas, de sucesos, Literarias, Hípicas, Turísticas, Etc...
- **Periodicidad.-** Estas clasificaciones es sencillas. Tienen que ver con la frecuencia de la circulación de cada nuevo ejemplar de la revista. La periodicidad con menos distanciamiento entre un número y otro es la semanal. Luego pueden seguir la circulación quincenal, la mensual, bimestral, trimestral, cuatrimestral, semestral y anual.
- **Investigación.-** Estos dependen de cada temática de la revista y la agresividad de la propuesta marketologa que esta tenga.

- **Orientación.-** Esta categoría se agruparán las revistas según sus objetivos e intereses fundamentales. Al respecto, Castejón E., (1986) “identifica cuatro objetivos que pueden denominarse propósitos según los cuales reposaría la razón de ser de cada revista. De acuerdo con su finalidad, pueden ser: Circulación, Tendencias en el contenido y presentación”.

### 3.1.3.3. Características

Deben contener el siguiente esquema, aunque este puede variar dependiendo del consejo editorial.

- **Justificación.-** Aquí debemos definir por qué realizamos la revista.
- **Objetivo.-** Aquí se enmarcan la vocación de la revista, la línea periodística y la filosofía del proyecto, la forma de divulgación de la información; fuentes.
- **Principios.-** Asimismo, estos deben ir en concordancia con la filosofía del proyecto, el funcionamiento de la Revista se rige por una serie de principios y criterios orientadores, tales como la libertad de pensamiento, el contraste de opiniones, la funcionalidad, la eficacia, la calidad, la revisión y la mejora continuas, y la compatibilización de la claridad expositiva con el rigor.
- **Formato.-** Las Revistas se concibieran exclusivamente en soporte electrónico.
- **Periodicidad.-** Estas se refieren al tiempo en la cual se van publicar la revista.
- **Consejo de Redacción:** La gestión de la Revista está a cargo de un Consejo de Redacción designado por la institución y tienen como

competencias, entre otras, la definición de los sumarios, así como la aceptación de los originales.

- **Contenidos.-** Los contenidos relacionados con las distintas áreas temáticas que el Consejo de Redacción delimite.
- **Elaboración de contenidos.-** La revista se nutrirá por la doble vía de los encargos expresos y del envío de originales por personas interesadas en su publicación. En ambos casos, el Consejo de Redacción es que cuidará del respeto de los criterios de publicación establecidos.
- **Secciones.-** Las revistas están dotadas de las siguientes secciones: presentación del número, tema de debate, exposición inicial, puntos de vista alternativos, artículos, ensayos y notas.

#### **3.1.4. La cibercultura y el uso del Internet**

El desarrollo de las tecnologías de la información ha hecho revivir la idea de la aldea global de Marshall Mac Luhan y dio un nuevo impulso al proceso de la globalización, constituyendo para algunos teóricos el núcleo de la misma. Es el caso de Manuel Castells para quien la sociedad y la economía globales actuales se caracterizan, en lo esencial, por su capacidad para funcionar como una unidad, en tiempo real, a escala planetaria.

Castells propone una distinción entre sociedad de la información y sociedad "informativa", término último que pretenden subrayar el atributo de una forma específica de organización social tecnológicamente avanzada, en el que la generación, procesamiento y transmisión de la información se han transformado en las principales fuentes de productividad y de poder.



Wikipedia.org., (2014), **“Otro concepto que toman en valor es el del inconsciente colectivo como una identidad que trasciende todas las diferencias culturales de la estructura de la mente. Douglas Rushkoff plantea en su libro Ciberia la posibilidad de que los seres humanos se conviertan en las neuronas del planeta. Para Rodolfo Linás la Red es una buena candidata, en cuanto a requisitos potenciales, para soportar la conciencia de muchos en una mente colectiva”**.

Uno de los mitos que se ha introducido a través de la Internet es el del Avatar y el culto a la doble personalidad, en el uso frecuente que se hacen de un avatar para darle personalidad a un usuario, sin tener en cuenta que la estimulación de la mente para que asuman el control de la personalidad, pueden terminar en posesión u obsesión, considerado por la psicología como un Trastorno de personalidad, en particular el Trastorno de identidad disociativo.

Wikipedia.org., (2014), “El antropólogo Arturo Escobar, en su artículo Bienvenidos a Cyberia, describe desde el punto de vista de la antropología, los desafíos que la cibercultura exige para los nuevos desarrollos teóricos en las ciencias sociales y en especial en la antropología. No obstante, aproximaciones como es el caso de los estudios de ciencia, tecnología y sociedad, así como análisis críticos sobre la modernidad empiezan a analizar el impacto que tienen el uso generalizado de las tecnologías de la información en las transformaciones de la vida social contemporánea.

Las creencias y mitos sobre la cibercultura se pueden identificar en series y películas de ciencia ficción donde se concibe al ser humano como un mecanismo integrado por bits antes que un organismo integrado por átomos: un ser digital.

Es el caso del anime Serial Experiments Lain en el que cobra importancia la resonancia Schumann como fundamento de la telecomunicación. Por otra parte, en la película The Matrix se plantea el concepto de hackear de la siguiente manera: Toda historia sobre

vampiros, hombres lobo y extraterrestres es un programa que está asimilando otro programa, que está haciendo algo que no debería estar haciendo. Un programa lo hace cuando va a ser borrado.

El programa puede esconderse en Matrix o regresar a la fuente. En la película *The Thirteenth* plantean el concepto de usuario en la realidad virtual como el alma de una persona.

En *Click* muestran la influencia del control remoto en la vida de los seres humanos y la manía que se adquiere de adelantar o retrasar un programa de televisión.

### **3.2. POSICIONAMIENTO TEÓRICO PERSONAL**

La investigadora se identifica con el enfoque de Olga Dragnic, la cual señala que la revista es una publicación periódica, no diaria que se la puede editar en diferentes formatos, pero de forma llamativa y vistosa, sobretodo en la portada, y esto es lo que busca la propuesta de la investigación, publicar una revista con temas, sociales, políticos, económicos y culturales de la Comunidad Rural La Concepción, para brindar información de primera mano a la comunidad y turistas en general, ya que se conoce el Ecuador en forma global, sin tomar en cuenta las maravillas que esconde en sus diferentes comunidades.

De igual forma la autora se ampara en los estudios de Enrique Castejón, quien con su vasta experiencia en la investigación para elaborar revistas, amplía los horizontes de la investigadora en cuanto al formato de la revista a elaborar, tomando en cuenta el hecho de que sean editadas en forma de cuadernos, diagramadas de una manera ágil y dinámica, usen el color ampliamente en sus páginas y contengan un gran despliegue fotográfico, para que así puedan ser identificadas como revistas.

### 3.3. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Atractivo Turístico.-** Son aquellos bienes tangibles o intangibles que posee un país y que constituyen la principal atracción del turista.
- **Canal.-** Es el medio de transmisión por el que viajan las señales portadoras de la información.
- **Ciber Población.-** Elemento prefijal que entra en la formación de palabras con el significado de 'cibernético' o 'informático'; el prefijo ciberes una forma clara y no excesivamente violenta para la lengua para marcar ciertos conceptos cuando se aplican al mundo de la Internet y su uso.
- **Comunicación.-** Es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes.
- **Comunicación externa.-** Es el conjunto de actividades generadoras de mensajes dirigidos a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos objetivo del negocio, así como a proyectar una imagen favorable de la compañía o promover actividades, productos y servicios.
- **Comunicación institucional.-** Es aquella que se realiza de modo organizado por una institución y dirigida a las personas y grupos del entorno social donde realiza su actividad. Su objetivo es establecer relaciones de calidad entre la institución y los públicos a los que se dirige, dándose a conocer socialmente y proyectando una imagen pública adecuada a sus fines y actividades.

- **Comunicación organizacional.-** Consiste el proceso de emisión y recepción de mensajes dentro de una compleja organización. Dicho proceso puede ser interno, es decir, basado en relaciones dentro de la organización, o externo (por ejemplo, entre organizaciones).
- **Cultura organizacional.-** Se entiende como el conjunto de experiencias, hábitos, costumbres, creencias, y valores, que caracteriza a un grupo humano aplicado al ámbito restringido de una organización, institución, administración, corporación, empresa, o negocio
- **Demanda turística.-** Consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos. Existen dos tipos de demanda turística la demanda interna que se refiere a los residentes del país que viajan únicamente dentro del mismo y la demanda receptiva es el grupo de no residentes en el país que viajan a él.
- **Diversidad cultural.-** En Ecuador existe una diversidad cultural muy extensa, con tanta pluralidad que viene a ser una de las más completas del mundo entero, ya que en ella integra la libertad de cultos, deportes, mitos, leyendas, artes y danzas entre otras cosas.
- **Información.-** En sentido general, la información es un conjunto organizado de datos procesados, que constituyen un mensaje que cambia el estado de conocimiento del sujeto o sistema que recibe dicho mensaje.
- **Mensaje.-** En el sentido más general, es el objeto de la comunicación. Está definido como la información que el emisor envía al receptor a través de un canal determinado o medio de comunicación (como el habla, la escritura, etc.)
- **Patrimonio Cultural.-** Se puede entender, tanto el conjunto de lugares, bienes, conocimientos tradiciones y manifestaciones que forman parte,

tanto de una nación, región, o localidad, como de sus habitantes y que se deben preservar para el disfrute de la comunidad

- **Promoción.-** La promoción es una parte integral del sistema social y económico, que emplea la coordinación de todas las actividades que se utilizan para establecer canales de información, encaminados a la venta de bienes, servicios o a impulsar una idea
- **Promoción Turística.-** La promoción es la función de marketing relacionada con la comunicación persuasiva, hacia audiencias objetivo, de los diferentes componentes del programa de marketing para facilitar el intercambio entre el fabricante-comercializador y el consumidor, y ayudar a satisfacer los objetivos de ambos.
- **Revista.-** Publicación periódica en forma de cuaderno con artículos de información general o de una materia determinada, con una cubierta flexible y ligera y a menudo ilustrada.
- **Rumor.-** El rumor es una idea no comprobada que circula en una organización o en el entorno de la misma. Es un poderoso medio de comunicación que utiliza todos los canales establecidos y lo podemos clasificar en cuatro, Ilusiones o deseos, el rumor "mete miedos", rumor cicatero y rumor estimulante.
- **Tecnología.-** Es el conjunto de conocimientos técnicos, científicamente ordenados, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de la humanidad.
- **Turismo.-** El turismo se describe como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un

año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos, no relacionados con el ejercicio de una actividad o sitio desconocido por el turista.

- **Turista.-** Toda persona que con el fin de disfrutar, conocer o entretenerse, viaja a un lugar distinto de aquel en el que tiene su domicilio habitual, que efectúa una estancia de por lo menos una noche pero no superior a un año y cuyo motivo principal de la visita es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

### **3.4. INTERROGANTES DE LA INVESTIGACIÓN**

- ¿Cómo incide la promoción turística de la Parroquia “La Concepción en su desarrollo económico?
- ¿Cómo determinar las necesidades y demandas de información de los turistas y la población de la Parroquia Rural “La Concepción”?
- ¿Cómo promover la articulación de la información generada de todos los actores de la Parroquia Rural “La Concepción” con una sola visión?
- ¿Cómo generar conciencia social para que sean los pobladores quienes aporten al diseño y promuevan información y comunicación para publicar en la revista turística e informativa “BALCÓN DE LOS ANDES” de la Parroquia Rural “La Concepción”?

### 3.5. MATRIZ CATEGORIAL

CONCEPTO	CATEGORÍAS	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍNDICES O PREGUNTAS
Es la acción y efecto de promover. El término puede utilizarse para nombrar a las actividades que buscan dar a conocer o incrementar las ventas de algo.	Promoción turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicación</li> <li>- Medio de comunicación</li> <li>- Social</li> <li>- Registros</li> </ul>	<p>Información</p> <p>Revista especializada</p> <p>Vinculación</p> <p>Periodicidad</p> <p>Potencialidad</p>	<p>Qué información considera debe ser incluida en una revista especializada de la parroquia La Concepción</p> <p>Cree usted que debe hacerse una revista especializada de la Parroquia La Concepción.</p> <p>Cree que las tareas de información y vinculación de la Parroquia Rural La Concepción para con la población y turistas son adecuadas.</p> <p>La propuesta de la impresión de una revista que contenga información y comunicación con respecto a los acontecimientos de la Parroquia Rural La Concepción debería ser.</p> <p>Se potenciará turísticamente la Parroquia La Concepción mediante una revista</p>
		Retro información		

<p>Implica la mejoría continuada y consistente en las condiciones de vida de los originarios de los países.</p>	<p>Desarrollo socioeconómico</p>	<p>Sociales</p>	<p>Actividades sociales y culturales</p>	<p>Cuáles son los eventos relevantes de la Parroquia La Concepción</p>
		<p>Culturales y económicas</p>	<p>Desarrollo cultural y socioeconómico.</p>	<p>En qué porcentaje los turistas contribuyen al desarrollo socio cultural y económico de la Parroquia La Concepción.</p>
		<p>Comunicación efectiva</p>	<p>Herramienta de consulta</p>	<p>Considera que una revista se convierte en una fuente de consulta para propios y extraños</p>
		<p>Social</p>	<p>Documentación de acontecimientos</p>	<p>Considera que la mejor manera de documentar los acontecimientos y eventos socio culturales de la Parroquia Rural La Concepción es registrándolos en una revista mensual distribuida desde el GAD Mira</p>
		<p>Cultural</p>	<p>Culturización de la comunidad.</p>	<p>Cree que mejorará el nivel de atención que pobladores de la Parroquia Rural La Concepción brinden al turista si se registra sus actividades en una revista especializada.</p>



## CAPÍTULO III

### 4. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 4.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Es una **INVESTIGACIÓN DE CAMPO** por cuanto la información recopilada se obtuvo con las personas que viven, trabajan y aportan a la visibilización de eventos que potencializan el desarrollo turístico del cantón Mira.

Es de **TIPO DOCUMENTAL** ya que se buscó la información en documentos, fuentes bibliográficas, internet, folletos memoria y otros para la elaboración y estructura del marco teórico.

Es una investigación **DESCRIPTIVA** porque pretendió conocer los avances logrados y consolidados a través de la publicación de la Revista Turística e informativa “BALCÓN DE LOS ANDES” del Gobierno Autónomo Descentralizado de Mira en formato impreso y on-line.

**PROPOSITIVA** por que se presentó una propuesta que dio solución a uno de los problemas en el ámbito comunicacional e informativo del cantón Mira.

#### 4.2. MÉTODOS

Tomando en cuenta que los métodos son el camino que se siguió para llegar al conocimiento de la verdad, se aplicó los más acordes con los

temas tratados reconociendo antes que estos debieron tener un fundamento científico, aplicable y práctico, descubridor de nuevas leyes y creador de nuevos métodos todo ello para fomentar la creatividad en la redacción de los escritos, además están acompañados de estrategias sistemáticas que permitan verificar los logros alcanzados.

### **3.2.1. Método Analítico – Deductivo**

Se investigó varios casos y se observó que siempre falta una circunstancia que produce el efecto, permaneciendo constantemente todas las demás circunstancias y se concluyó que lo que desaparece es la causa de lo investigado.

### **3.2.2. Método Sintético - Inductivo**

Por medio de estos luego de la recopilación de datos, se realizó el análisis e interpretación de estos, siendo la clave para obtener una muestra representativa de la población total, lo que ayudó en la toma de decisiones para realizar una propuesta acorde a las necesidades reales de los actores sociales del cantón Mira que intervendrán en la revista.

## **3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

### **3.3.1. Encuestas**

De acuerdo a (Benalcázar M. , 2010), la encuesta se aplicó a: **“un número relativamente grande de personas previamente establecidas con determinadas características....., para su construcción se sugieren aplicando normas de diseño y validez, de acuerdo a los objetivos, variables e indicadores, y a las preguntas directrices; la encuesta se aplican a la muestra calculada”** (p.42).

Las encuestas en mención se aplicaron a los empleados del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mira y a los actores sociales, culturales y turísticos del mismo.

### 3.3.2. Instrumentos

Los instrumentos que se utilizaron en el estudio fueron la encuesta y entrevista, con un cuestionario estructurado.

### 3.4. POBLACIÓN

De acuerdo al último censo poblacional, la población a la que se procedió a estudiar y a aplicar el muestreo estuvo integrada por el total de 713 personas entre estas, representantes del GAD-Mira, Gobierno Parroquial y familias de la Parroquia Rural “La Concepción”.

Tabla de población según grupos

<b>POBLACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>
Pobladores de la Parroquia La Concepción	619
Actores Políticos	21
Empleados del GAD- Mira	73
<b>TOTAL</b>	<b>713</b>

### 3.5. MUESTRA

Fue un tipo no probabilístico intencional, y se conformó por los y las personas que viven en la parroquia, la misma que, por ser mayor a 100

unidades se aplicó la técnica de la encuesta, y se procedió al cálculo de la muestra mediante la siguiente formula.

$$n = \frac{N.d^2.Z^2}{E^2(N-1) + d^2.Z^2}$$

En donde:

- n =** Tamaño de la muestra, número de unidades a determinarse.
- N =** Universo o población a estudiarse.
- d<sup>2</sup>=** Varianza de la población respecto a las principales características que se van a representar. Es un valor constante que equivale a 0.25, ya que la desviación típica tomada como referencia es igual a 0.5
- N-1=** Corrección que se usa para muestras mayores a 30 unidades.
- E =** Límite aceptable de error de muestra que varía entre 0.01 a 0.09 (1% y 9%). Recomendable el 0.05
- Z =** Valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significancia con el que se va a realizar el tratamiento de estimaciones. Es un valor constante que si se lo toma en relación al 95% equivale a 1.96.

### 3.5.1. Cálculo de la muestra

$$n = \frac{713x(0,25)(1,96)^2}{(713-1)(0,05)^2 + (0,25)(1,96)^2}$$

$$n = \frac{685,19}{2,74}$$

$$n = 250,63 \approx \mathbf{251}$$

Tabla de Distribución de la muestra según población

<b>GRUPOS A INVESTIGAR</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>MUESTRA</b>
Pobladores de la Parroquia La Concepción	619	87%	195
Actores Políticos	21	3%	21
Empleados del GAD-Mira	73	10%	35
<b>TOTAL</b>	<b>713</b>	<b>100%</b>	<b>251</b>
<b>GRUPOS A INVESTIGAR</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>MUESTRA</b>
Pobladores de la Parroquia La Concepción	619	87%	195
Actores Políticos	21	3%	21
Empleados del GAD-Mira	73	10%	35
<b>TOTAL</b>	<b>713</b>	<b>100%</b>	<b>251</b>
<b>GRUPOS A INVESTIGAR</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>MUESTRA</b>
Pobladores de la Parroquia La Concepción	619	87%	195
Actores Políticos	21	3%	21
Empleados del GAD-Mira	73	10%	35
<b>TOTAL</b>	<b>713</b>	<b>100%</b>	<b>251</b>

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

En el desarrollo de la investigación, se hizo indispensable la utilización de la técnica de la encuesta, mediante la formulación de un cuestionario que se aplicó a la muestra establecida.

La información se obtuvo directamente de forma sencilla y rápida, ya que se contó con la total colaboración por parte de ciudadanos participantes de la investigación.

Al concluir con la aplicación de la encuesta se procedió a elaborar la tabulación de datos, graficación estadística y análisis de los resultados, cuyos resultados alcanzados constituyeron la base fundamental para determinar el grado de la necesidad de llevar a cabo la propuesta alternativa planteada.

A continuación se detalla la evaluación, análisis e interpretación de cada una de las preguntas planteadas.

#### 4.1. Evaluación y análisis de resultados de la encuesta dirigida a colaboradores, cuerpo técnico y empleados del GAD-Mira.

##### 1. Enumere por importancia, los 5 eventos más relevantes de la Parroquia Rural “La Concepción”.

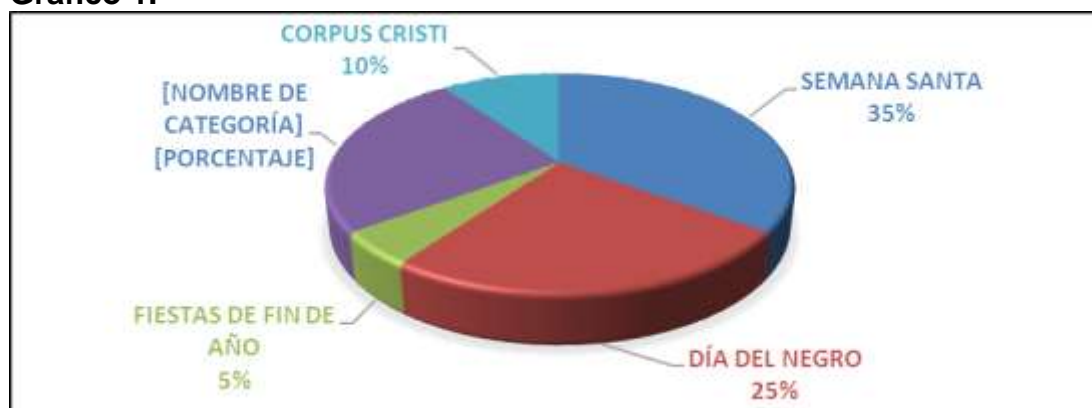
**Cuadro 1.** Cinco eventos más relevantes de la Parroquia Rural “La Concepción”.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Semana santa	90	35%
Día del Negro	80	25%
Fiestas de fin de año	11	5%
Fiestas parroquiales	50	25%
Corpus Cristi	20	10%
<b>TOTAL</b>	<b>251</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a colaboradores, cuerpo técnico y empleados del GAD-Mira.

**Elaborado por:** La Autora.

**Grafico 1.**



**Elaborado por:** La Autora.

#### Análisis

La Sema Santa es la opción de mayor importancia de acuerdo a los encuestados, seguido del Día del Negro y las Fiestas Parroquiales respectivamente, dándole menor importancia al Corpus Cristi y las fiestas de Fin de Año. Resultados de gran interés para ser tomados en cuenta en la elaboración de la propuesta alternativa de comunicación.

## 2. ¿Qué información considera usted debe ser incluida en una revista especializada para la Parroquia Rural “La Concepción”?

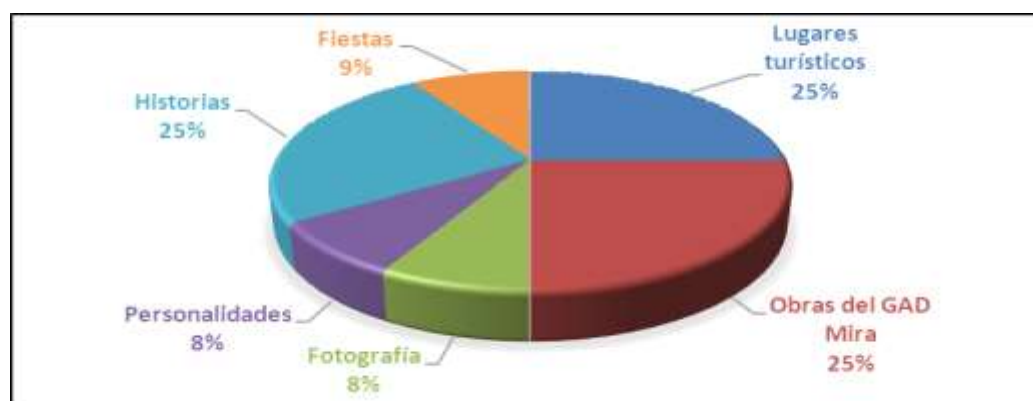
**Cuadro 2.** Información que debe ser incluida en una revista especializada.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Lugares turísticos	61	25%
Obras del GAD Mira	60	25%
Fotografía	20	8%
Personalidades	20	8%
Historias	60	25%
Fiestas	30	9%
<b>TOTAL</b>	<b>251</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a colaboradores, cuerpo técnico y empleados del GAD-Mira.

**Elaborado por:** La Autora.

**Grafico 2.**



**Elaborado por:** La Autora.

## Análisis

Mayoritariamente se llega a concluir que se debe difundir en la revista sobre los lugares turísticos, las obras que el GAD MIRA realizan en bien del desarrollo de la parroquia y sobre las historias que en esta se han dado, las mismas que deberían ser recopiladas desde su gente, dando menor importancia a los reportajes de las fiestas, fotografías del lugar y las personalidades; por lo tanto la revista debería a basar sus contenidos en los requerimientos de los parroquianos con el fin de difundir lo que la gente considera importante y relevante de su parroquia.



### 3. ¿Cree usted que debe hacerse una revista especializada de la Parroquia Rural “La Concepción”?

**Cuadro 3.** Debe hacerse una revista especializada de la Parroquia Rural La Concepción.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	220	95%
No	31	5%
Tal vez	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>251</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a colaboradores, cuerpo técnico y empleados del GAD-Mira.

**Elaborado por:** La Autora.

**Grafico 3.**



**Elaborado por:** La Autora.

### Análisis

Casi el total de los encuestados refieren que si se debería hacer una revista especializada en el trabajo que realiza el Gobierno Parroquial de “La Concepción”, mientras que un mínimo porcentaje de encuestados no desean que se invierta en este medio comunicacional y consideran que debe hacer la revista por medio de esta se daría a conocer la parroquia y también se potencializaría su turismo.

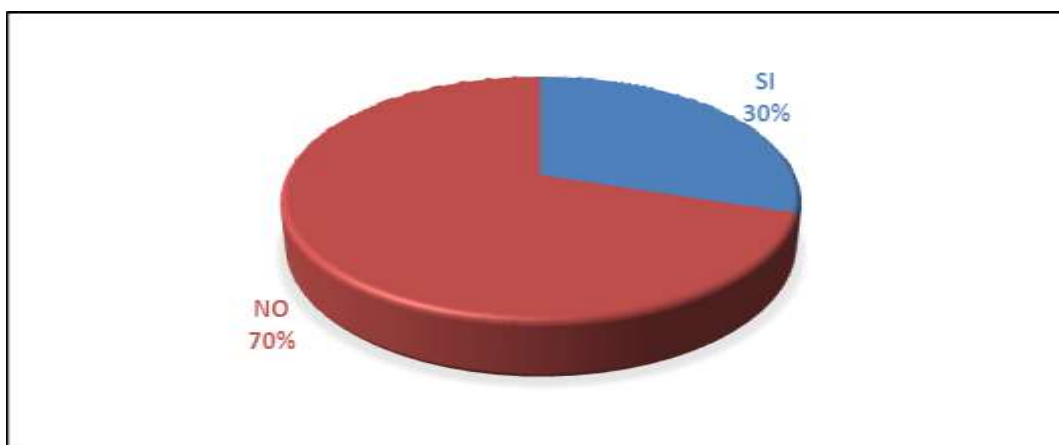
4. ¿Cree que las tareas de información y vinculación de la Parroquia Rural “La Concepción” para con la población y turistas son adecuadas?

**Cuadro 4.** Las tareas de información y vinculación de la Parroquia Rural La Concepción para con la población son adecuadas.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	71	30%
No	180	70%
A lo mejor	0	0%
TOTAL	251	100%

**Fuente:** Encuesta a colaboradores, cuerpo técnico y empleados del GAD-Mira.  
**Elaborado por:** La Autora.

**Grafico 4.**



**Elaborado por:** La Autora

### **Análisis**

La población considera que las tareas de información y vinculación de la Parroquia Rural “La Concepción”, no son adecuadas porque falta señalización y ubicación y se debe incrementar esta información para que la gente visite la parroquia.

**5. ¿En qué porcentaje los turistas contribuyen al desarrollo socio cultural y económico de la población de la Parroquia Rural “La Concepción”?**

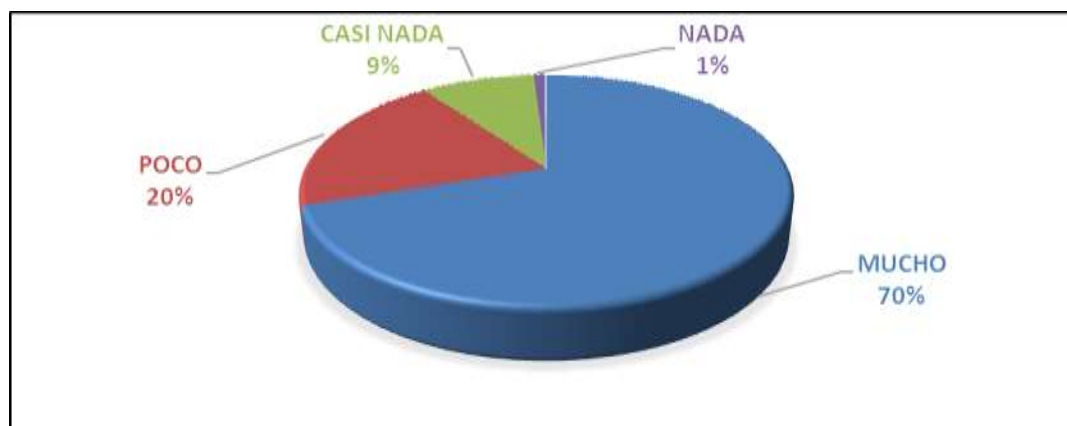
**Cuadro 5.** Los turistas contribuyen al desarrollo socio cultural y económico de la población de la Parroquia Rural La Concepción.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	121	70%
Poco	90	20%
Casi nada	35	9%
Nada	5	1%
<b>TOTAL</b>	<b>251</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a colaboradores, cuerpo técnico y empleados del GAD-Mira.

**Elaborado por:** La Autora.

**Grafico 5.**



**Elaborado por:** La Autora.

**Análisis**

Más de la mitad de los encuestados refieren que los turista contribuyen mucho al desarrollo socio económico de la parroquia, así como también manifiestan que son pocos quienes en mínima cantidad contribuyen, mientras es un porcentaje pequeño que manifiesta que el aporte del turista es en casi nada; se les pregunto por qué y dicen en su mayoría que los que contribuyen en positivo es porque llegan a hospedarse; compran artesanías, piden que se les haga giras y paseos y refuerzan el aparato económico de la parroquia al gastar el mensaje en la parroquia.

**6. La propuesta de la impresión de una revista que contenga información y comunicación con respecto a los aconteceres de la Parroquia Rural “La Concepción” debería ser...**

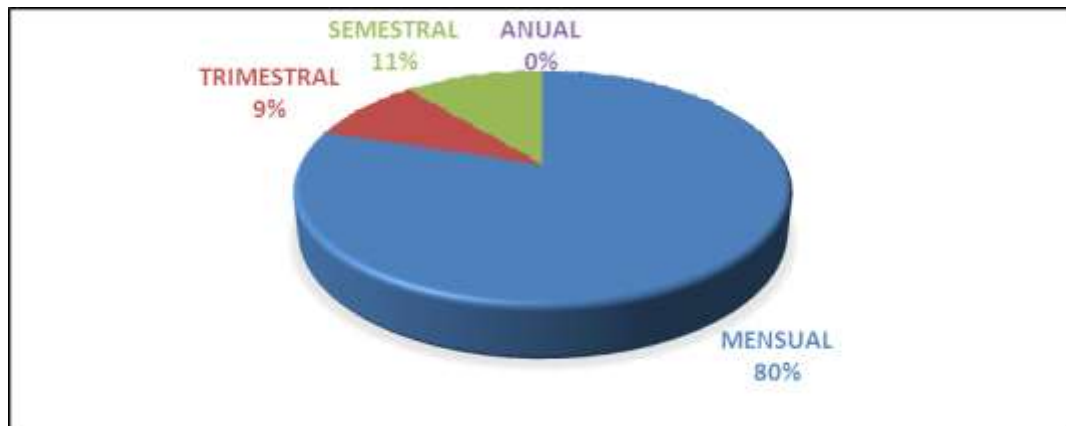
**Cuadro 6.** Frecuencia de publicación de una revista de información y comunicación.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Mensual	200	80%
Trimestral	20	9%
Semestral	30	11%
Anual	1	0%
<b>TOTAL</b>	<b>251</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a colaboradores, cuerpo técnico y empleados del GAD-Mira.

**Elaborado por:** La Autora.

**Grafico 6.**



**Elaborado por:** La Autora

**Análisis**

La población refiere que debe imprimirse mensualmente la revista ya que mientras más impresiones mensualmente, más visitantes para la parroquia. Más de la mitad de las personas encuestadas consideran que la impresión y difusión de una revista es la herramienta fundamental para promocionar turísticamente a la Parroquia Rural “La Concepción”, en la cual se podrán ver fotografías e historias, mientras que el mínimo porcentaje refiere que no es una herramienta turística.

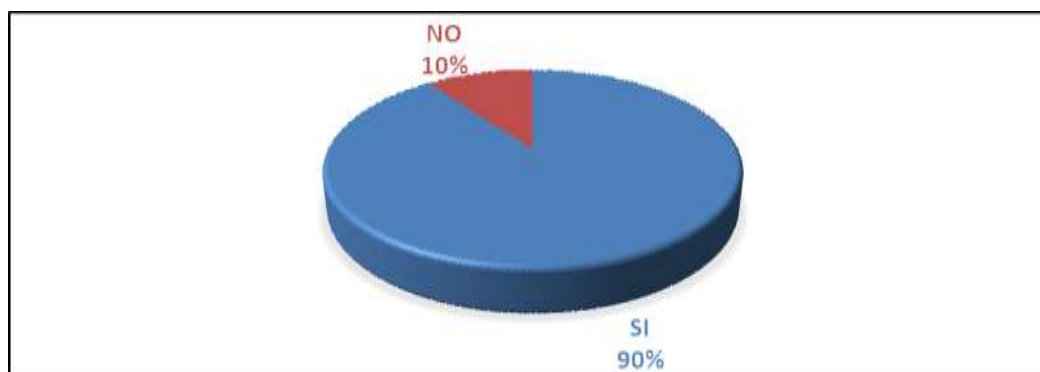
**7. ¿Cree usted que una revista es la herramienta necesaria para potencializar a la Parroquia Rural “La Concepción” de manera turística?**

**Cuadro 7.** Una revista potencializará turísticamente a la Parroquia Rural La Concepción.

<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	210	90%
<b>No</b>	41	10%
<b>Tal vez</b>	0	0%
<b>TOTAL</b>	251	100%

**Fuente:** Encuesta a colaboradores, cuerpo técnico y empleados del GAD-Mira.  
**Elaborado por:** La Autora.

**Grafico 7.**



**Elaborado por:** La Autora.

**Análisis**

Casi la totalidad de encuestados consideran que la impresión y difusión de una revista es la herramienta fundamental para la promocionar turísticamente La Parroquia La Concepción, en la cual se podrán ver fotografías e historia, mientras que en un porcentaje minoritario difieren que la revista sea una herramienta turística.

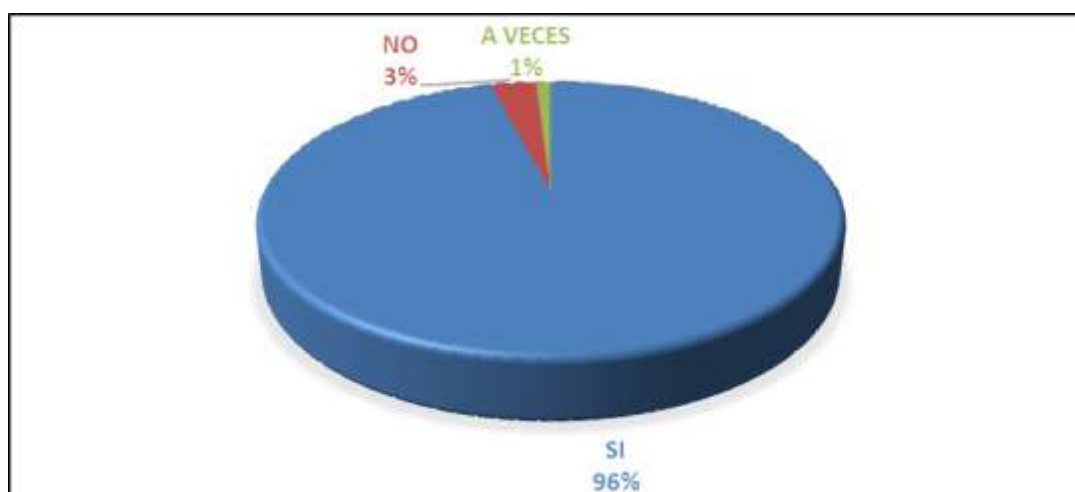
**8. ¿Considera que una revista se convierte en una fuente de consulta para propios y extraños?**

**Cuadro 8.** Una revista se convierte en una fuente de consulta para propios y extraños.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	235	96%
No	11	3%
A veces	5	1%
<b>TOTAL</b>	<b>251</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a colaboradores, cuerpo técnico y empleados del GAD-Mira.  
**Elaborado por:** La Autora.

**Grafico 8.**



**Elaborado por:** La Autora.

**Análisis**

Gran parte de las personas encuestadas consideran que una revista se convertiría en una fuente de consulta para propios y extraños porque esta debería ser distribuida y colocada en todos los puntos de información turística a nivel provincial, cantonal y parroquial; mientras que un mínimo porcentaje manifiesta que a veces se usa la revista como fuente de consulta.

9. ¿Considera que la mejor manera de documentar los acontecimientos y eventos socio culturales de la Parroquia Rural “La Concepción” es registrándolos en una revista mensual distribuida desde el GAD Mira?

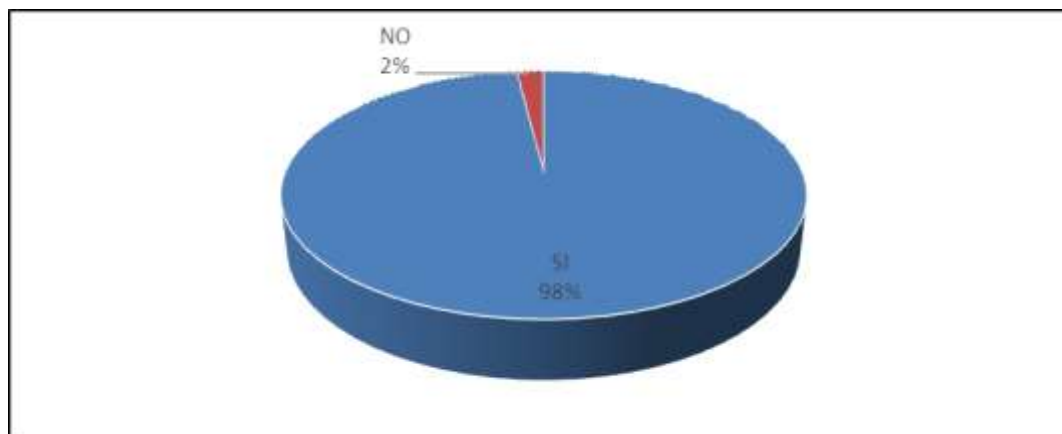
**Cuadro 9.** La mejor manera de documentar los acontecimientos y eventos socio culturales es registrándolos en una revista mensual.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	240	98%
No	11	2%
A lo mejor	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>251</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a colaboradores, cuerpo técnico y empleados del GAD-Mira.

**Elaborado por:** La Autora.

**Grafico 9.**



**Elaborado por:** La Autora.

### **Análisis**

La mayoría de los encuestados consideran que la mejor manera de documentar los acontecimiento y eventos socio culturales de la Parroquia Rural “La Concepción” es registrándolos en una revista mensual distribuida desde el GAD Mira, mientras que solamente un dos por ciento no lo encuentra relevante.

**10. ¿Cree que mejorará el nivel de atención que pobladores de la Parroquia Rural “La Concepción” brinden al turista si se registra sus actividades en una revista especializada?**

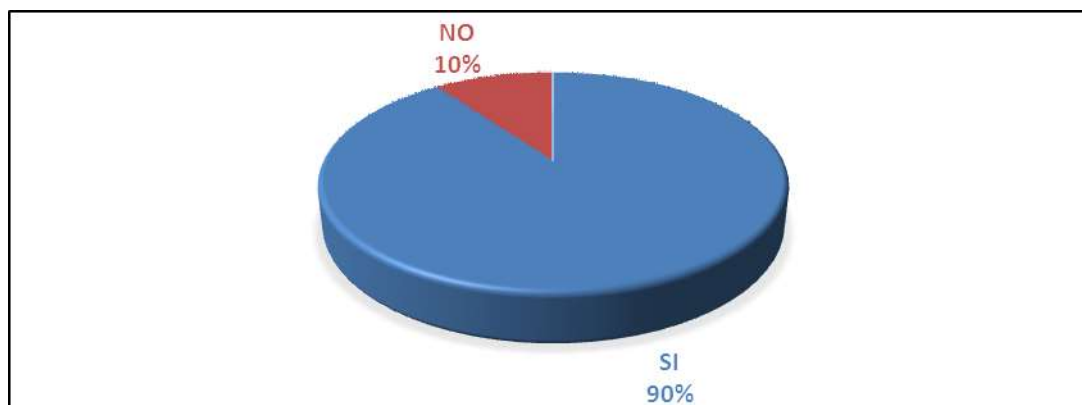
**Cuadro 10.** Mejorará el nivel de atención por parte de los pobladores al turista si se registra sus actividades en una revista especializada.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	200	90%
No	51	10%
Tal vez	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>251</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a colaboradores, cuerpo técnico y empleados del GAD-Mira.

**Elaborado por:** La Autora.

**Grafico 10.**



**Elaborado por:** La Autora

**Análisis:**

Al encuestar a las personas si creen que mejorara el nivel de atención que pobladores de la parroquia Rural “La Concepción” brindan al turista si se registra sus actividades en una revista especializada, en su gran mayoría, dicen que sí, mientras que solamente un porcentaje minoritario se manifiesta reacios al tema, mientras que quienes miran de manera positiva el tema de imprimir y difundir la revista manifiesta que es importante que se cuenten sus historias, la gastronomía, la cultura y todas las facultades turísticas que tiene esta parroquia.



### **4.3. Contrastación de Resultados**

#### **Pregunta General**

**¿Determinar si la promoción de la Parroquia Rural “La Concepción”, por medio de una revista se convierte en una herramienta de visibilización comunicacional de los lugares turísticos y por medio de esta se logra incidir en desarrollo social de los pobladores?**

Luego del análisis de los resultados podemos determinar que en la Parroquia Rural “La Concepción”, no existe una herramienta comunicacional que promueva y promueva tanto la información turística como el desarrollo de la población, ya que al no existir ninguna herramienta no se conoce los lugares turísticos, fiestas y valores intangibles con los que la parroquia cuenta; ahora bien se determina que al imprimir una revista especializada se lograría incidir en el desarrollo social de la gente que viven en la Parroquia ya que visitarían la parroquia y esta tendría más movimiento turístico y se garantizaría que los micro emprendimientos y el desarrollo turístico comunitario tenga mayor desarrollo.

#### **Preguntas Específicas**

**¿Diagnosticar si la promoción turística de la Parroquia Rural de “La Concepción” incide en el desarrollo de la población?**

Se logra establecer que cuando existen fiestas y eventos la circulación de la moneda y el movimiento en la Parroquia Rural “La Concepción” aumenta, y los pobladores logran obtener recursos, lo que incide indiscutiblemente en el desarrollo de la gente que invierte en micro emprendimientos y da posada a los visitantes.

**¿Saber si la propuesta y facilitación de un marco conceptualizado sobre la propuesta turística de la Parroquia Rural “La Concepción” y su incidencia en todos los actores de la parroquia?**

Al entablar lazos armónicos y co-ejecutores de la propuesta de la elaboración e impresión de una revista especializada en la Parroquia Rural “La Concepción”, se logró establecer que la incidencia es en todos sus actores, ya que por medio de su participación en los sistemas de participación ciudadana que por medio del gobierno parroquial se logra, se juntan manos para potencializar esta propuesta comunicacional turística y de desarrollo social, ya que son los pobladores quienes se conviertan en actores de la revista y de lo que se quiere proyectar a los turistas ya que esto resulta una cadena de desarrollo social en la que se involucra tanto al visitante como a quien prestará sus servicios con el turismo comunitario.

**¿Establecer si la elaboración de una propuesta comunicacional alternativa, promueve la actividad turística en la Parroquia Rural “La Concepción”, por medio de la impresión de una revista especializada en temas parroquiales?**

Se logró porcentualizar y conocer que la población considera que es factible y que es imperioso que se edite e imprima una revista como estrategia de comunicación turística de los quehaceres de la Parroquia Rural “La Concepción”, con el fin de potencializar que las personas conozcan las cosas, costumbres, fiestas y localidades que existen en esta y así se logre aportar en el desarrollo turístico de la parroquia.

## **CAPÍTULO V**

### **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1. CONCLUSIONES**

- Al finalizar la investigación se logró diagnosticar la situación y opinión de la promoción turística de la Parroquia Rural “La Concepción y su incidencia en el desarrollo de la población; encontrándose que un alto porcentaje de los investigados consideran que la promoción turística es una estrategia oportuna para promocionar la cultura, las costumbres, los lugares turísticos de esta parroquia, que beneficiará directa e indirectamente a toda la población.
- Con la información científica y teórica recopilada se pudo estructurar el marco teórico, realizar críticamente el análisis de los resultados obtenidos y elaborar las conclusiones y recomendaciones, para luego generar la propuesta alternativa de comunicación con la generación de una revista que promueva la actividad turística de la parroquia.
- Se elaboró la propuesta de comunicación alternativa para promover la actividad turística de la Parroquia Rural La Concepción, plasmada en una revista informativa que se ha vuelto en un eje participativo de la población y una estrategia de sensibilización y empoderamiento de cada uno y una con el fin de proyectar a su parroquia con información de sus costumbres y tradiciones.
- Se socializó la propuesta comunicacional alternativa a todos los actores, sociales, políticos, civiles de la Parroquia Rural “La Concepción”, por medio de entrega directa en el Salón del GAD- Mira.

## 5.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda al Alcalde del GAD Mira, al Gobierno Parroquial Presidentes de Cabildo brindar la suficiente importancia a la promoción de la parroquia rural La Concepción, mediante la buena atención a turistas tanto nacionales como extranjeros, contribuir con el mantenimiento de su localidad, promocionar su cultura y costumbres con el ejemplo, para de esta forma mejorar su condición cultural, social y económica.
- Se recomienda al Presidente del Gobierno Parroquial de La Concepción, involucrar a los actores sociales en el proceso de recolección de la información de la revista y plasmar la información en documentos digitales, para que esta información tan importante no se entierre con los pocos ancianos que quedan en la comunidad, y son los únicos que pueden contar la historia de su asentamiento en esta región.
- Se recomienda al Presidente del Gobierno Parroquial de La Concepción, consolidar el aporte presupuestario del GAD parroquial de “La Concepción” y poder realizar la impresión de las revistas para que no se pierda la continuidad de la misma.
- Se recomienda al GAD Parroquial y a las Organizaciones Sociales de la comunidad, distribuir la propuesta alternativa comunicacional en sitios estratégicos que potencialicen la información turística plasmada, para generar movimiento turístico, que contribuya en el mejoramiento socioeconómico de sus habitantes y de la comunidad en general.

## RESPUESTA A INTERROGANTES DE INVESTIGACIÓN

- **¿Cómo incide la promoción turística de la Parroquia “La Concepción en su desarrollo económico?**

Al no existir ninguna alternativa de promoción turística ni comunicacional de la Parroquia Rural “La Concepción” del cantón Mira, direcciona la posibilidad de vincular y entablar acuerdos con el sector político y con los pobladores de la parroquia con el fin de buscar posicionar la promoción de la parroquia y sus atractivos turísticos, lo que incide en la propuesta de potencializar turísticamente a la Parroquia Rural “La Concepción” por medio de la elaboración y publicación de una revista en la cual se promoció a la parroquia y así se active el tema turístico y comunicacional sobre lo que el turista y visitante puede obtener al visitar la parroquia.

- **¿Cómo determinar las necesidades y demandas de información de los turistas y la población de la Parroquia Rural “La Concepción”?**

El sondeo y acercamiento a la población que habita la Parroquia Rural “La Concepción”, direcciona a establecer como una necesidad la publicación de una revista turística e informativa de la parroquia, en la cual los pobladores puedan verse reflejados y sean estos quienes participen activamente de la revista, con el direccionamiento técnico y mancomunado tanto con autoridades parroquiales como con el personal encargado de la terea comunicacional y mediante la cual sean estos quienes asuman a su parroquia, su fiestas patronales y sus atractivos turísticos como un producto intangible a ser publicitado y vendido.

- **¿Cómo promover la articulación de la información generada de todos los actores de la Parroquia Rural “La Concepción” con una sola visión?**

Al contar con el apoyo de las autoridades locales y seccionales y siendo parte fundamental del sistema de participación ciudadana la población de la Parroquia Rural de “La Concepción”, canalizar un punto de acopio y recolección de la información es la alternativa que da viabilidad a este proyecto y a su vez articula a los pobladores, de quienes se generará la información.

- **¿Cómo generar conciencia social para que sean los pobladores quienes aporten al diseño y promuevan información y comunicación para publicar en la revista turística e informativa “BALCÓN DE LOS ANDES” de la Parroquia Rural “La Concepción”?**

Por medio de las asambleas ciudadanas y la conformación de núcleos comunicacionales en los diferentes sectores, para que sean estos quienes entreguen la información a las autoridades parroquiales y por medio de estas se logre consensuar y trabajar en el esquema y elaboración previa la publicación de la revista de la parroquia, en la cual sus actores principales serán sus pobladores.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. PROPUESTA COMUNICACIONAL ALTERNATIVA**

#### **6.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA**

ELABORACIÓN DE UNA REVISTA COMUNICACIONAL ALTERNATIVA.

“EL BALCÓN DE LOS ANDES” DE LA PARROQUIA RURAL “LA CONCEPCIÓN” DEL CANTÓN MIRA.

Mira es un cantón de la provincia de Carchi en el norte del Ecuador. Tiene una población aproximada de 12.919 con una extensión territorial de 581,69 Km<sup>2</sup> y una temperatura promedio de 16.2°C, se encuentra al sur de la misma provincia cercana de la ciudad de Ibarra, y cercano a Salinas en Imbabura. Es conocida como "Balcón de los Andes" y fue fundada el 18 de agosto de 1980.

El cantón Mira está considerado como un lugar turístico que cuenta con muchas tradiciones, las mismas que al no ser conocidas por la población no ha podido ser promocionadas de manera turística en beneficio de la misma población.

La Misión del Gobierno Autónomo descentralizado del cantón Mira como institución pública autónoma es satisfacer y mejorar las necesidades básicas de la comunidad a través de mecanismos de participación ciudadana, en la búsqueda del desarrollo social cantonal. Mientras que la Visión está encaminada al desarrollo cantonal de una manera armónica e integral en lo social, agrícola, pecuario, turístico,

artesanal, cultural y deportivo. Líder en gestión participativa, con servicios de calidad, potenciando permanentemente el desarrollo humano con dignidad y equilibrio económico, dentro de un ambiente sano y sustentable.

## **6.2. JUSTIFICACIÓN**

Con esta revista turística e informativa “El balcón de los Andes” como medio impreso buscamos dar a conocer los eventos que se desarrollan en la Parroquia Rural de “La Concepción” y así dar relevancia a las actividades desarrolladas por los pobladores los cuales se encargarán de la construcción colectiva de la misma y de su circulación.

La periodicidad de impresión será una revista por mes y esta se presentará también en formato interactivo y virtual, a tal punto de que los turistas puedan tener acceso a ella por medio del internet, permitiendo así que esté al alcance de más personas, valiéndose de los avances tecnológicos existentes por lo que se encontrará también en la página Web del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón “Mira”. La revista turística e informativa “El Balcón de los Andes” representa una nueva oportunidad para dar a conocer, en forma masiva, aquellos proyectos, estrategias, avances que se llevan a cabo desde el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón “Mira” y de la Parroquia Rural de “La Concepción” y su gente a la población en general.

La Parroquia Rural “La Concepción” necesita un medio de información permanente y un instrumento de Comunicación que difunda e integre tanto a la población, autoridades y visitantes, por lo cual propongo elaborar una propuesta alternativa que en este caso es la REVISTA TURÍSTICA E INFORMATIVA denominada “BALCÓN DE LOS ANDES”, la misma que será diseñada y elaborada en FORMATO IMPRESO, propendiendo a romper esquemas mediáticos que no se usan en la Parroquia.



La distribución de la revista turística e informativa “BALCÓN DE LOS ANDES” de la Parroquia Rural “La Concepción” se la realizará dentro y fuera del cantón. Su periodicidad será mensual con un tiraje de 1000 ejemplares.

Gracias a los conocimientos en Comunicación Social, se aplicarán con los distintos géneros periodísticos informativos como son: la entrevista, noticia, reportaje, crónica, entre otros que fueron adquiridos desde la enseñanza y prácticas en las aulas de clase. Así también, se buscaremos interactuar con la población, no solo como intermediarios sino como entes generadores de información.

La Revista turística e informativa “BALCÓN DE LOS ANDES” de la Parroquia Rural “La Concepción” tiene un formato impreso y las autoridades, pobladores y comunidad en general, se mantendrán informados del acontecer de la Parroquia la Concepción y así se logrará una mayor identificación con el quehacer del cantón Mira y se posicionará la cultura, atractivos turísticos y su gente.

### **6.3. FUNDAMENTACIÓN**

El promover una revista con estrategias de comunicación social tanto interna como externa que contribuya con un cambio social positivo en la parroquia rural La Concepción, se sustenta en la fundamentación epistemológica, la que contribuye en la recopilación de información de hechos históricos y sociológicos que permiten enfocar y diseñar la revista con criterios claros y precisos para el fácil entendimiento y promoción de los acontecimientos del lugar, brindando información valiosa a los habitantes de la zona, de la provincia y del resto del país.

De igual forma la fundamentación tecnológica juega un papel preponderante en esta propuesta, ya que la revista se la difundirá a través de la red, plasmada en la página web del GAD-Mira, haciendo uso del avance tecnológico y las nuevas herramientas con las que se cuenta en la actualidad, difundiendo la revista a nivel nacional e internacional,

promoviendo el turismo y mejorando directamente la situación económica y social de la parroquia La Concepción.

Además las tendencias de la comunicación, para el desarrollo social toman como referente las investigaciones de Olga Dragnic, la cual señala que la revista es una publicación periódica, no diaria que se la puede editar en diferentes formatos, pero de forma llamativa y vistosa, sobretodo en la portada, y esto es lo que busca la propuesta de la investigación, publicar una revista con temas, sociales, políticos, económicos y culturales de la Comunidad Rural La Concepción, para brindar información de primera mano a la comunidad y turistas en general, ya que se conoce el Ecuador en forma global, sin tomar en cuenta las maravillas que esconde en sus diferentes comunidades.

#### **6.4. OBJETIVOS**

##### **Objetivo General**

- Promover las actividades sociales, políticas, turísticas a través de la publicación mensual de una propuesta alternativa de comunicación por medio de la Revista “Balcón de los Andes” de la parroquia rural La Concepción del cantón Mira y así mejorar las condiciones económicas y sociales de los habitantes de la comunidad.

##### **Objetivos específicos**

- Fomentar la integración de la población, autoridades y visitantes.
- Aplicar los distintos géneros periodísticos informativos en la elaboración de la revista.
- Mantener informada a la población en general y posicionar la cultura y atractivos turísticos de la zona.

- Difundir la propuesta alternativa a través de medios impresos y electrónicos, creando mayor difusión de la misma.

## **6.5. UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA**

La propuesta comunicacional alternativa se llevó a cabo en la parroquia rural La Concepción, del cantón Mira, provincia del Carchi, con el apoyo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Mira, miembros de organizaciones políticas, civiles y cantonales.

## **6.6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

La elaboración de la revista turística informativa “Balcón de los Andes” de la parroquia rural La Concepción, mantendrá informada a la comunidad en general, proyectando un desarrollo económico, social, cultural y político.

El desarrollo local de acuerdo a Coraggio J., (2006) tiene cuatro componentes básicos:

**“Económicos, hace énfasis en el trabajo productivo, ingreso, satisfacción racional de necesidades legítimas, suficiencia y calidad de bienes públicos. Sociales, integración de condiciones de creciente igualdad, efectiva igualdad de oportunidades, convivencia, justicia social. Culturales, pertenencia e identidad histórica, integración a comunidades con contención, valores como la Solidaridad como valor moral pero también un componente funcional (nadie puede vivir mejor si su entorno no mejora sensiblemente de manera generalizada). Políticos, transparencia, legitimidad y responsabilidad de las representaciones, participación directa responsable e informada de la ciudadanía en las grandes decisiones colectivas y en la gestión pública”.**

De acuerdo a estos componentes básicos se diseña la revista, aplicando los distintos géneros periodísticos informativos de acuerdo a las necesidades propuestas.

## **6.6.1. Características de la publicación**

### **6.6.1.1. Periodicidad**

La periodicidad de la publicación propuesta será mensual. Es decir, se publicará una vez al año en las primeras semanas de cada mes.

Esta fecha permitirá que se pueda planificar con rigurosidad la recepción de los artículos para cada número hasta la segunda semana de cada mes y/o máximo hasta la tercera para la entrega de artículos y propuestas para ser evaluadas en relación con el primer número de publicado en el mes de enero, convirtiéndose esta en el referente para o que se seguirá publicando.

En la tercera semana de febrero y así en cada mes se reunirá el Consejo Editorial de la revista en pleno, y allí se informará por parte del editor de la misma cuales son los artículos recibidos y se asignarán pares evaluadores

Siendo como mínimo dos personas, en ningún caso pertenecientes a la misma institución de donde provenga la colaboración, para que en el plazo de dos días envíen conceptos y evalúen sobre la referida contribución.

De este modo, dos días antes del fin de cada mes, se volverán a reunir el Consejo editorial con el fin de recibir las evaluaciones y tomar decisiones acerca de los textos y colaboraciones que habrán de ser publicados en el siguiente número. La información será recibida de

manera digital e impresa para así llevar un archivo de lo recibido y con la información en digital, en un mismo formato, previsto antes y acordado, acelerar el proceso de organización de la información para su publicación exacta y en la fecha prevista.

El anterior mecanismo permitirá salvaguardar la objetividad y neutralidad de respecto de las contribuciones para que sea únicamente tomado en cuenta el criterio de la calidad académica, la coherencia y la rigurosidad de las contribuciones.

#### **6.6.1.2. Naturaleza**

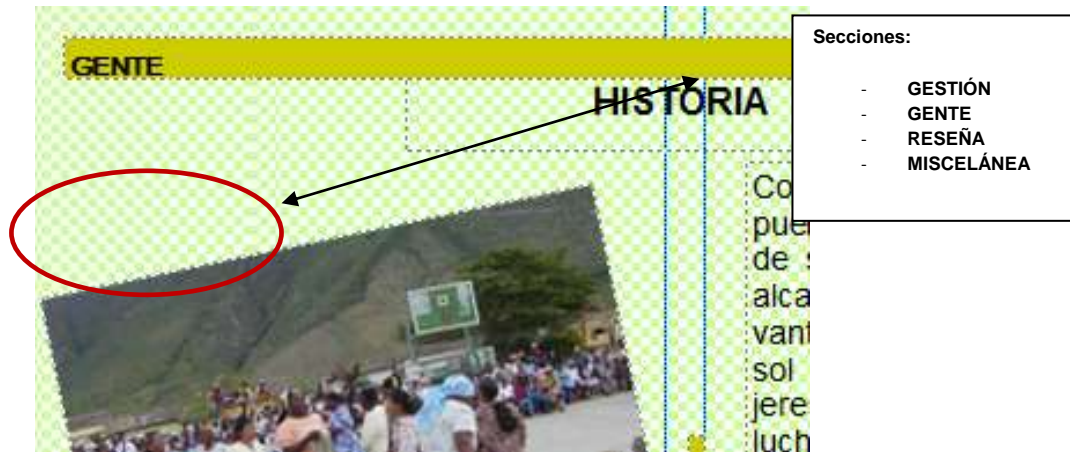
La publicación tendrá dos grandes ejes temáticos, aunque no serán excluyentes. Ellos son:

En primer lugar, la Gestión del Gobierno Parroquial “La Concepción” y, en segundo término, los estudios sobre gente y el quehacer diario.

En cada uno de los números de la publicación se hará hincapié a que área pertenece: una: “Gestión”, y otra denominada “Gente” que constituirán en cada uno de ellos el cuerpo central de la publicación.

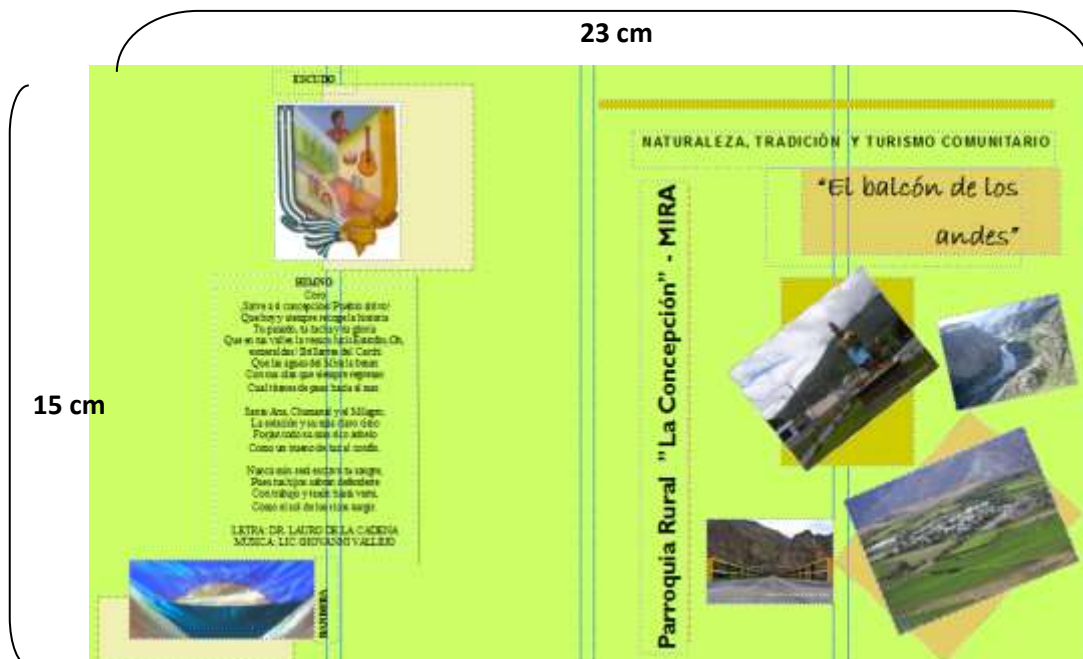
De manera complementaria, se tendrán dos secciones adicionales: la primera de ellas denominada Reseñas que incluirá notas descriptivas como artículos, publicaciones, tesis y aportes de la gente, siendo estas de carácter inédito, o que se encuentren accesibles por medios electrónicos, cuya extensión será establecida por el Consejo editorial.

Igualmente habrá una sección de miscelánea en donde se podrán notificar acerca de eventos, informaciones sobre la vida misma de la parroquia que tengan pertinencia turística, se divulgarán direcciones, servicios y eventos.



### 6.6.1.3. Formato

La publicación tendrá un formato estándar de 15.5 cm., por 23 cm, el cual es el modelo usual en los medios académicos internacionales. Contará con una extensión mínima de 8 carillas, impresas de lado y lado, quedando abierta la posibilidad de imprimir más, según lo requerido y decidido en el consejo editorial.



#### 6.6.1.4. Título

Se sugiere que la publicación se denomine “BALCÓN DE LOS ANDES”, Revista Turística e informativa del Gobierno Parroquial Rural “La Concepción”.



#### 6.6.1.5. Estructura

La publicación tendrá la siguiente estructura jerárquica:

**Un Consejo Directivo:** Que será el Consejo Directivo conformado por miembros del Gobierno Parroquial Rural “La Concepción”, GAD-Mira, Iglesia, asociaciones y unidades educativas, y actuará como presidente el que en una reunión fuere elegido por votación personal.

**Un consejo participativo y de cabildo:** el cual será designado por el Consejo Directivo de la revista y en el cual participarán destacados ciudadanos de la parroquia. Se sugiere que su número no sea menor de 5 ni mayor de 9 y que eventualmente sean colaboradores activos para que la revista no deje de tener información.

**Un consejo editorial:** el cual estará constituido por un editor, quien será designado por el Consejo Directivo.

**Un Director o directora de la revista:** Quien a primera instancia será yo al ser la gestora e impulsora del proyecto, pero luego este será designado por el Consejo Directivo y por el Consejo participativo.

#### **6.6.1.6. Bases para las Publicaciones**

Las bases para las publicaciones, serán las establecidas para publicaciones en una revista de turismo, cultura y tradiciones, de las cuales sintetizamos los aspectos más relevantes a continuación:

- Se preferirán aquellos trabajos que formulen claramente en su desarrollo y contexto una información sólida, fundamentada y tratada con hilaridad, lógica y marco conceptual, de manera que logren aportar para beneficio de la población y su descripción, según la naturaleza de relato.
- El consejo editorial de la publicación es el encargado de la aceptación de los trabajos.
- En caso afirmativo este consejo se reserva el derecho de proponer la revisión y los cambios editoriales que requieran los artículos.
- El trabajo debe prepararse en Word y remitirse en digital, o como anexo de un mensaje por correo electrónico previamente solicitado en el consejo editorial de la revista.
- La extensión máxima de los artículos debe ajustarse a alguna de las categorías que el consejo editorial se las dé, siendo estas de una cuartilla, letra arial, tamaño 12, con las diferentes especificaciones de redacción y técnicas que se les entregue.
- Los autores de los artículos publicados recibirán cinco ejemplares de cortesía de la Revista

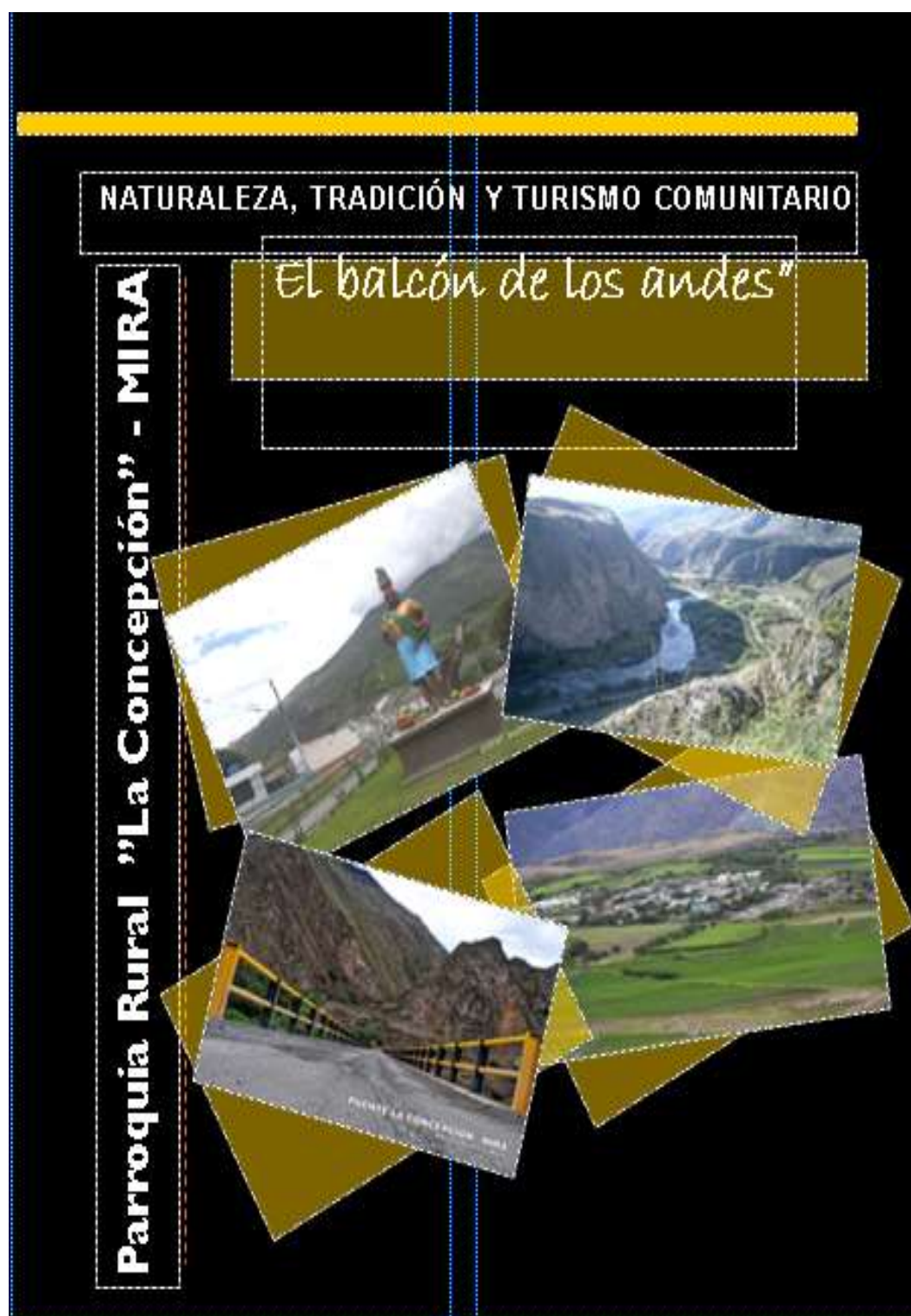


- La publicación podrá incluir publicidad institucional de las escuelas, asociaciones, Gad's colaboradores, estancias, etc., así como publicidad de carácter comercial pero esta no se intercalará en el cuerpo de la misma sino que se ubicará hacia el final, después de las reseñas y las noticias antes referidas.
- La publicación velará por tener estándares de calidad que la hagan compatible con las normas de calidad nacional e internacional que hoy en día se exige en el medio comunicacional.
- Es posible que artículos publicados en revistas de naturaleza local o regional, puedan ser impresos en revista "El Balcón de los Andes", de acuerdo al criterio del Consejo Editorial. Pero en general se buscará que las publicaciones sean inéditas y posean un carácter original tanto en su calidad de ensayos, como de entrevistas, investigaciones y/o reportajes fotográficos.

#### **6.6.1.7. Tiraje**

Se sugiere que la publicación comience con un tiraje de 100 ejemplares. Lo cual en la actualidad puede involucrar un costo de impresión, por cada número, de aproximadamente 2,5 dólares. Obviamente una parte de este tiraje será entregado en canje al Gobierno Parroquial "La Concepción", Unidades Educativas, y personas que han participado en el proceso, pues este es uno de los principales valores intangibles de este tipo de publicaciones, la misma que será de distribución masiva y gratuita. Se recomienda que por parte del GAD Parroquial de "La Concepción" se haga una amplia campaña de socialización para que la revista sea utilizada como texto de divulgación comunitaria; ello garantizaría en buena medida el éxito de la publicación. En la realización de la publicación han de comprometerse recursos de la propia proponente y luego se financiará con presupuesto del GAD Parroquial de "La Concepción".

### 6.6.1.8. Estructura final de la revista



#### EDITORIAL

Los pueblos son la esencia de vida de un país, allí se encuentran arraizadas la cultura, la identidad y los valores que se construyen con la lucha y el trabajo constante de su gente. Es por esta razón que tenemos que rescatar y promocionar los procesos históricos y sociales que han permitido fortalecer el desarrollo de las parroquias y comunidades, particularmente de la Parroquia Rural "La Concepción" del cantón Mira.

Hoy lo hemos hecho en esta parroquia, una parroquia rural, perteneciente al cantón Mira, en la cual se forja aun la minga, el trabajo conjunto de su gente, lo que permite encaminar proyectos productivos, y sociales en beneficio de las familias que viven en esta parroquia.

Como ciudadana del la parroquia rural "La Concepción" y profesional de la Universidad Técnica el Norte les invito a compartir por este medio la esencia de La Concepción, donde usted encontrará la magia de la bomba, la artesanía de su gente y el pensamiento de sus mayores, mujeres y líderes que han contribuido al engrandecimiento de su pueblo.

#### CREDITOS

DIRECCION GENERAL  
XIMENA PADILLA

DISEÑO Y DIAGRAMACION  
XIMENA PADILLA  
MAR MENA  
KUPENDEXXK@YAHOO.ES  
0986609991

FOTOGRAFIAS  
MINISTERIO DE TURISMO  
GOBIERNO PARROQUIAL DE LA CONCEPCION  
XIMENA PADILLA  
MAR MENA  
GAD—MIRA

TEXTOS:  
XIMENA PADILLA

COLABORACION ESPECIAL:  
GAD—MIRA  
AUTORIDADES PARROQUIA LA CONCEPCION  
MAR MENA

## Naturaleza... tradición y Turismo Comunitario



FUENTE: JUNTA PARROQUIAL "LA CONCEPCIÓN"

### DATOS IMPORTANTES

La Parroquia Rural "La Concepción", está situada al oeste de Mira, a una distancia de 31 km., sus límites ya están determinados, con sus respectivos barrios los mismos que son: Alfonso Herrera, La Merced, Ocho de Diciembre, Santa Marianita y San Francisco y las comunidades de: La Merced de Palo Blanco, El Corazón de Mundo Nuevo, Mundo Nuevo, El Naranjito, El Naranjal, El Rosal, El Hato de Chamanal, Santa Lucía, Chamanal, La Loma, El Milagro, La Convalecencia, Santa Luisa, Santa Ana, Estación Carchi, El Empedradillo, El Abra, La Achira, Guagrabamba, El Tablón.



FOTOGRAFÍA: ANDREA BUSTAMANTE

Tiene 2807 habitantes en toda la parroquia rural, mientras que en su cabecera parroquial existen 713 personas, cuenta con un camino carrozable que conecta a la cabecera cantonal, tiene 18 escuelas fiscales y un colegio.



FOTOGRAFÍA: XIMENA RIVERA ILLA

En ese tiempo existieron tres haciendas adscritas a la Villa de San Miguel de Ibarra. La Concepción fue la más importante y productiva, manteniendo la mayor extensión de tierras sembradas por los esclavos que a pesar del tiempo y la derogación de la esclavitud continuaron en condiciones inhumanas.

Los peones negros vivieron en las haciendas como huasipungueros hasta la puesta en práctica del proceso de Reforma Agraria, ley promulgada, en su primera versión, en 1964. La desaparición de la esclavitud como institución significó el inicio de un proceso de campesinización que marcaría definitivamente otros derroteros en la vida social, económica y cultural de la población negra.

Con el sentimiento grato de los pueblos grandes, con la voz sincera de su gente y con la voluntad de alcanzar un mejor mañana se levanta cada día con el amanecer del sol La Concepción. Pueblo de mujeres y hombres de trabajo, minga y lucha constante que a pesar de toda incomprensión han cimentado su cultura y tradiciones en el norte ecuatoriano.

La presencia negra en la parroquia Concepción se remonta al siglo XVII, época en que los jesuitas deciden buscar nuevas alternativas para activar su producción introduciendo esclavos negros de origen africano que soporten el clima del Coangue o Valle de Sangre.



FOTOGRAFÍA: XIMENA RIVERA ILLA

## MENSAJE DEL PRESIDENTE

GESTION

El Gobierno Parroquial de la Concepción es administrado por Ángel Chalá, líder que le gusta el trabajo mancomunado y planificado, esas acciones le han permitido llevar a su pueblo al sitio que le corresponde.

Actualmente la junta parroquial lleva adelante diferentes proyectos en comunión de esfuerzos tanto con la Prefectura como con el Municipio de Mira Para Chalá el trabajo del Gobierno Provincial del Carchi es importante ya que ha permitido mejorar el sistema vial de su parroquia, el dirigente destaca los empedrados, las obras productivas y el sistema de riego registrado en estos últimos años.



FOTOGRAFÍA: XIMENA RIVERA



FOTOGRAFÍA: XIMENA RIVERA



FOTOGRAFÍA: XIMENA RIVERA

En este Centésimo Vigésimo Novenno aniversario de parroquialización, su mensaje radica en seguir manteniendo la unidad y la identidad de este pueblo forjado a través de lucha, y comprometido a seguir trabajando en beneficio de todas y todos los ciudadanos de la Concepción.

**COSTUMBRES Y TRADICIONES**

**PIEDRA EL PANTANO**

Es uno de los descubrimientos arqueológicos más recientes y representativos del cantón, se halla ubicada en las cercanías al caserío El Milagro de la parroquia La Concepción. Según los pobladores de la zona existen un sinnúmero de petroglifos representativos que en su conjunto constituyen un asentamiento muy importante de una cultura ancestral y que hipotéticamente se determina que sería una ruta que viene desde el río Mira prolongándose hasta el vecino país de Colombia.



FOTOGRAFIA: ENRIQUE EL FUORTE



FOTOGRAFIA: XIMENA RAE ILLA

**ESTACION CARCHI**

Durante el recorrido del ferrocarril (Ibarra-San Lorenzo), este lugar constituyó la primera estación del mismo, ubicada en la provincia del Carchi, con una dinámica comercial muy representativa para la zona.



FOTOGRAFIA: XIMENA RAE ILLA

**MIRADORES DE PALO BLANCO**

Se encuentran en la comunidad de Palo Blanco, brinda varios lugares propicios para realizar fotografía, observación de flora y fauna.

Patricio Polo y Beatriz Prado son socios de la caja de ahorro y crédito de la comunidad de la Convalecencia, impulsada por el Gobierno Provincial del Carchi.

La organización comunitaria que la conforman 18 socios recibieron de la Corporación Provincial un capital semilla de tres mil dólares. Según doña Beatriz, la caja de ahorro,

y crédito ayuda a cubrir necesidades emergentes en lo que se refiere al crédito.



FOTOGRAFÍA: UJTA BANGOOBUN LA CONVALECENCIA



FOTOGRAFÍA: UJTA BANGOOBUN LA CONVALECENCIA

Los socios pueden solicitar créditos hasta 250 dólares en forma inmediata, sin trámites engorrosos y pagan el interés del dos por ciento mensual.

Patricio Polo dijo que la entidad crediticia comunitaria atiende y satisface las necesidades de dinero para la compra de fungicidas, semillas o para cubrir las necesidades económicas de la enfermedad de algún familiar.

"Esta fue una buena iniciativa para ayudar a las personas de bajos recursos económicos de la zona" aseguró Polo.



GALERIA FOTOGRAFICA FIESTAS DE LA PARROQUIA RURAL

\* Parroquia **Albración** (17 de Abril)

\* Corpus Christi (Junio)

\* San Francisco de Asís

\* La **limpia** **Virgen Concepción** (8 de Diciembre)



RURAL



## COSTUMBRES Y TRADICIONES

En gran medida, en la zona de Concepción, como en el resto de la Cuenca del Mira, la forma y condiciones de existencia de la población negra estuvieron determinadas en su desarrollo o al menos, fuertemente condicionadas por la existencia de la estructura piramidal de poder característica de la hacienda, lo cual no posibilitaba autonomía en múltiples aspectos de orden económico, político, social y limitaba considerablemente las posibilidades de cambio.

A esto se podía agregar la escasa vinculación e interrelación poblacional existente con respecto a los centros urbanos más próximos y el desinterés estatal por apoyar efectivamente a estos grupos campesinos en sus reivindicaciones y necesidades sociales básicas.



FOTOGRAFÍA: JULIA RANGOLINI LA CONFERENCIA.



FOTOGRAFÍA: JULIA RANGOLINI LA CONFERENCIA.

La precaria economía de la población, consecuencia directa de su condición de fuerza de trabajo explotada y sometida al poder hacendatario, y su reducida vinculación o articulación a la dinámica de la sociedad nacional, constituyeron importantes factores para la conservación por mucho tiempo de tradiciones culturales que tiene que ver con formas y sistemas productivos, estructuras familiares, relaciones intra e intergrupales, hábitos de alimentación, vivienda, vestido, recreación, religiosidad y festividades, usos lingüísticos, etc.

Esta "permanencia cultural" relativa, por cierto, pues a través del tiempo fueron produciéndose transformaciones, resultó alterada significativamente con la disolución de la hacienda tradicional y la nueva condición de propietarios de la mayoría de los campesinos.

## ESTACION CARCHI... ENTRE EL ABANDONO Y LA UTOPIA



FOTOGRAFIA: MINDA PAZ LLA

La Estación Carchi es una comunidad perteneciente a la parroquia La Concepción, del cantón Mira, provincia de Carchi. Vivió su apogeo gracias a la línea férrea que funcionó hasta 1998, cuando el tren y los ferrocarriles llegaban hasta San Lorenzo, pero el camino se destruyó debido a deslizamientos ya que la vía fue construida cerca al río. Con el fin de la vía férrea, también se destruyeron las ilusiones de sus habitantes y se esfumó la principal fuente de trabajo que por más de cinco décadas existió.

Solo queda el nombre, la comunidad prácticamente se ha convertido en un pueblo fantasma del que la mayoría de habitantes emigró a otras ciudades, en busca de otras fuentes de trabajo, principalmente luego de la destrucción de la línea férrea.

María de Lourdes Méndez Padilla, con nostalgia cuenta cómo la Estación Carchi surgió con el ferrocarril, pero también, con un gran suspiro cuenta como fue convirtiéndose en testigo muda del abandono del pueblo tras la destrucción de la línea férrea.

Lo único que pude encontrar en la ESTACION Carchi era un póster de Michael Jackson, reconocimientos a un grupo de bomba de finales de 1980, la imagen de Narcisca de Jesús Martillo, todos estos entre la decadencia del paso del tiempo, pero el sueño de ver resurgir el ferrocarril en la casa de María no murió y con esta esperanza 32 familias que decidió quedarse en la Estación Carchi, entre el abandono y la utopía de surgir y volver a ser uno de los pueblos más progresistas, como antes de que la línea férrea desapareciera.



FOTOGRAFIA: L ENRIQUE EL FORTE

## IGLESIA DE LA CONCEPCION

Arquitectura religiosa construida hace 150 años, con un altar tallado en madera y acabados tipo gótico.

Como muestras relevantes se encuentran: La Virgen de la Inmaculada Concepción, El Calvario, San Benito, San Martín, San José, La Dolorosa, San Francisco, Virgen del Perpetuo Socorro.

Sus obras pictóricas: El Cuadro de la Santísima Trinidad, Las Tres Personas, La Virgen del Tránsito y El Cuadro de la Pasión.



FOTOGRAFIA: WINDY RAE ILLA



FOTOGRAFIA: WINDY RAE ILLA



FOTOGRAFIA: WINDY RAE ILLA



FOTOGRAFIA: WINDY RAE ILLA

## Tradiciones y recreación

### COPLAS

Desde aquí te estoy mirando  
Cara, cara, frente a frente  
Sin poderte definir  
Lo que mi corazón siente.

El beso que tú me diste  
Quince días me duro  
Como me distes con gana  
De alimento me siervo.

Quien de su tierra se va  
Y de su tierra se aleja  
Por más consciente que sea  
No la encuentra como la deja.

El tiempo ni la distancia  
Disminuye mi pasión  
Mientras tenga cuerpo y alma  
Te he de amar mi corazón.

Las mujeres de este tiempo  
Son como el alacrán  
Cuando al hombre le ve pobre  
Alzan la cola y se van.



FOTOGRAFIA: XIMENA RIVERA

### JUEGOS TRADICIONALES



FOTOGRAFIA: XIMENA RIVERA

En la Parroquia Rural "La Concepción" podemos disfrutar de muchos juegos tradicionales, al ser una parroquia que no cuenta con entretenimientos adquiridos, pues lo tradicional se vuelve cotidiano.

Es por eso que a diario podemos ver a los niños y niñas distraerse y jugar a los concursos del lleva lleva, un juego en el cual se lleva una llanta con un palo y el que llegue primero a la meta es el ganador. A sí mismo el huevo o cualquier fruta en la cuchara, el ula ula y los tradicionales trompos, los cuales son de juego diario y cotidiano, que luego de tanta práctica se vuelve una atracción y disfrute de adultos, quienes realizan concursos conjuntamente con la Junta Parroquial. Estas atracciones no se pierden.



FOTOGRAFIA: XIMENA RIVERA

## LA MUSICA BOMBA

RESEÑA

El negro de la sierra norte encontró en la música y el baile un medio eficaz para recrear la cultura y sus sentimientos.

A través de la música muestran la tradición lejana y perdida del África ancestral y, al mismo tiempo, manifestar vivencias y sentimientos que tienen que ver con realidades del grupo social, experiencias, sueños, frustraciones, ilusiones personales.

La "bomba", verso, música y baile, se constituyó así en un elemento comunicador por excelencia, un vehículo de denuncia y, al tiempo, en manifestación cultural identificadora.

Los grupos musicales tradicionales utilizaban el tambor, denominado también "bomba", instrumentos sencillos elaborados a partir de plantas y frutos de la zona.



FOTOGRAFIA: WINDY RAULLA

En los últimos tiempos se han incorporado otros instrumentos como: guitarras, requinto, güiro, maracas, pandeetas y claves.

Las expresiones musicales de la población negra del Valle del Chota conservan una serie de elementos tradicionales y un fuerte contenido étnico; son además, exclusivas de este grupo. Se trata de música hecha por los habitantes del Valle, con un equipo instrumental propio, y, fundamentalmente destinada a la recreación del mismo grupo. A pesar de que las expresiones musicales difieren notablemente de las de la población afroesmeraldeña, el baile, por lo contrario, muestra aspectos formales y de contenido similares.



FOTOGRAFIA: WINDY RAULLA

Rectángulo

RESIDENCIA  
FAMILIA PADILLA PADILLA



RESIDENCIA  
FAMILIA MENDEZ ONATE



RESIDENCIA  
FAMILIA MENDEZ CHALA



RESIDENCIA  
CONAMUNE



RESIDENCIA  
FAMILIA SUAREZ FOLLECO





## ESCUDO



## HIMNO

Coro:

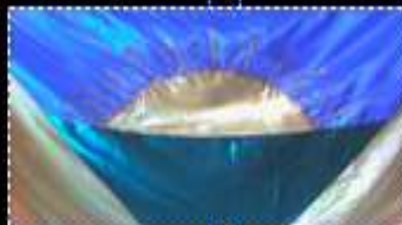
¡Salve a ti concepción! Pueblo altivo!  
Que hoy y siempre recoge la historia  
Tu pasado, tu lucha y tu gloria  
Que en tus valles lavemos **licir Estrofas**; Oh,  
esmeraldas! Brillantes del Carchí  
Que las aguas del Mira la besan  
Con sus olas que siempre regresan  
Cual titanes de paso hacia el mar.

Santa Ana, Chomonal y el Milagro,  
La estación y su más claro cielo  
Forjando su más rico arhelo  
Como un trueno de luz al confín.

Nunca más será esclava tu sangre,  
Pues tus hijos sabrán defenderte  
Con trabajo y tesón hasta verte,  
Como el sol de los ricos surgir.

LETRA: DR. LAURO DE LA CADENA  
MÚSICA: LIC. GIOVANNI VALLETO

## BANDERA



## **IMPACTOS**

### **Impacto Social**

El impacto social que genera la investigación, es altamente positivo, ya que mediante la presentación de una revista informativa y comunicativa se incrementa la relación entre la comunidad y la sociedad en general, integrando a todos los sectores y brindando información cultural y social que amplíe los saberes de los individuos.

### **Impacto Económico**

Con la difusión de la propuesta comunicacional, se mejorará directamente la situación económica de los habitantes de la Comunidad Rural La Concepción, ya que se dará a conocer los atractivos turísticos y culturales, incrementando directamente el número de turistas nacionales y extranjeros, aumentando los ingresos de las familias de este sector.

### **Impacto Educativo**

El impacto educativo generado es altamente positivo, por cuanto permite investigar sobre información atractiva para la revista, que dé a conocer ampliamente las características principales de la comunidad La Concepción, fomentando en los estudiantes la autoformación para estar en constante búsqueda de información.

## **6.7. DIFUSIÓN**

La difusión de la propuesta comunicacional alternativa de Diseño y Diagramación de la Revista Comunitaria “El Balcón de los Andes” de la Parroquia Rural La Concepción del Cantón Mira se la realizó directamente con los Colaboradores, Cuerpo Técnico y Empleados del Gad-Mira para dar a conocer los resultados de la investigación y luego difundirla a los

pobladores de la Comunidad en general. Otra forma de difusión es mediante la página web del GAD- Mira, que abrirá los horizontes de presentación de dicha comunidad.

**Imagen:** Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural de La Concepción  
**Fuente:** <http://laconcepcion.gob.ec/carchi/?p=131>



## BIBLIOGRAFÍA

- ALVARADO, Lusmidia; GARCÍA, Margarita, (2008). “Características más relevantes del paradigma socio crítico”. Doctorado de Educación
- BALDÁRRAGO, E. (2007). “Turismo y desarrollo económico local: El caso del Cañón del Colca en la Provincia de Caylloma-Arequipa”, Consorcio de Investigación Económica y Social y Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Arequipa.
- BOLWEL D. Y WEINZ, W. (2009). *Reducir la pobreza a través del turismo*, Documento de trabajo, Organización Internacional del Trabajo, Ginebra. ISBN: 978-92-2-321644-3.
- CÁRDENAS, Miguel, (2010). “Módulo de Epistemología”. Pág. 12
- CORAGGIOS, José Luis (2006). “Políticas públicas participativas: ¿obstáculos o requisitos para el desarrollo local? Desarrollo local, una revisión crítica del debate”. Argentina.
- GUERREIRO MARCÓN, E. M. (2007). “O Turismo comunitario como agente de desenvolvimento social e a comunidade Guarani nas Ruínas Jesuíticas de São Miguel das Missões” *Revista de Turismo y Patrimônio Cultural*, vol. 5, págs. 343-352, ISSN: 1695-7121.
- HUNZIKER, Walter, KRAPF, Kurt, (1942). “Fundamentos de la Teoría General del Turismo”.
- INEI. (2010). “Principales Indicadores Departamentales 2006-2009, INE”, Lima.
- INOSTROZA, G. (2009). “Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la región andina”, *Gestión Turística*, nº 10, ISSN: 0717-1811.
- JUÁREZ SÁNCHEZ, J. P. Y RAMÍREZ VALVERDE, P. (2008). “Turismo rural como complemento al desarrollo territorial rural en zonas indígenas de México” *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*. Universidad de Barcelona, ISSN: 1138-9788.

- KAY, C. Y BRETON, V. (2007). La cuestión agraria y los límites del neoliberalismo en América Latina. *Iconos. Revista de Ciencias Sociales*. Nº 28, Quito, pp. 119-133. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales-Sede Académica de Ecuador.
- LÓPEZ GÚZMAN T. Y SÁNCHEZ CAÑIZARES, S. M. (2009). “Turismo Comunitario y Generación de Riqueza en países en vías de desarrollo. Un estudio de Caso en el Salvador”, *REVESCO*, nº 99, pág. 85-103. ISSN: 1885-8031.
- LÓPEZ GUZMÁN T. Y SÁNCHEZ CAÑIZARES, S. M. (2009a). “Desarrollo socioeconómico de las zonas rurales con base en el turismo comunitario. Un estudio de caso de Nicaragua”, *Cuadernos de Desarrollo Rural*, nº 6, págs. 81-97. ISSN: 0122-1450.
- MARQUÉS, Pere (2007), Innovación educativa con las TIC: infraestructuras, entornos de trabajo, recursos multimedia, modelos didácticos, competencias TIC.

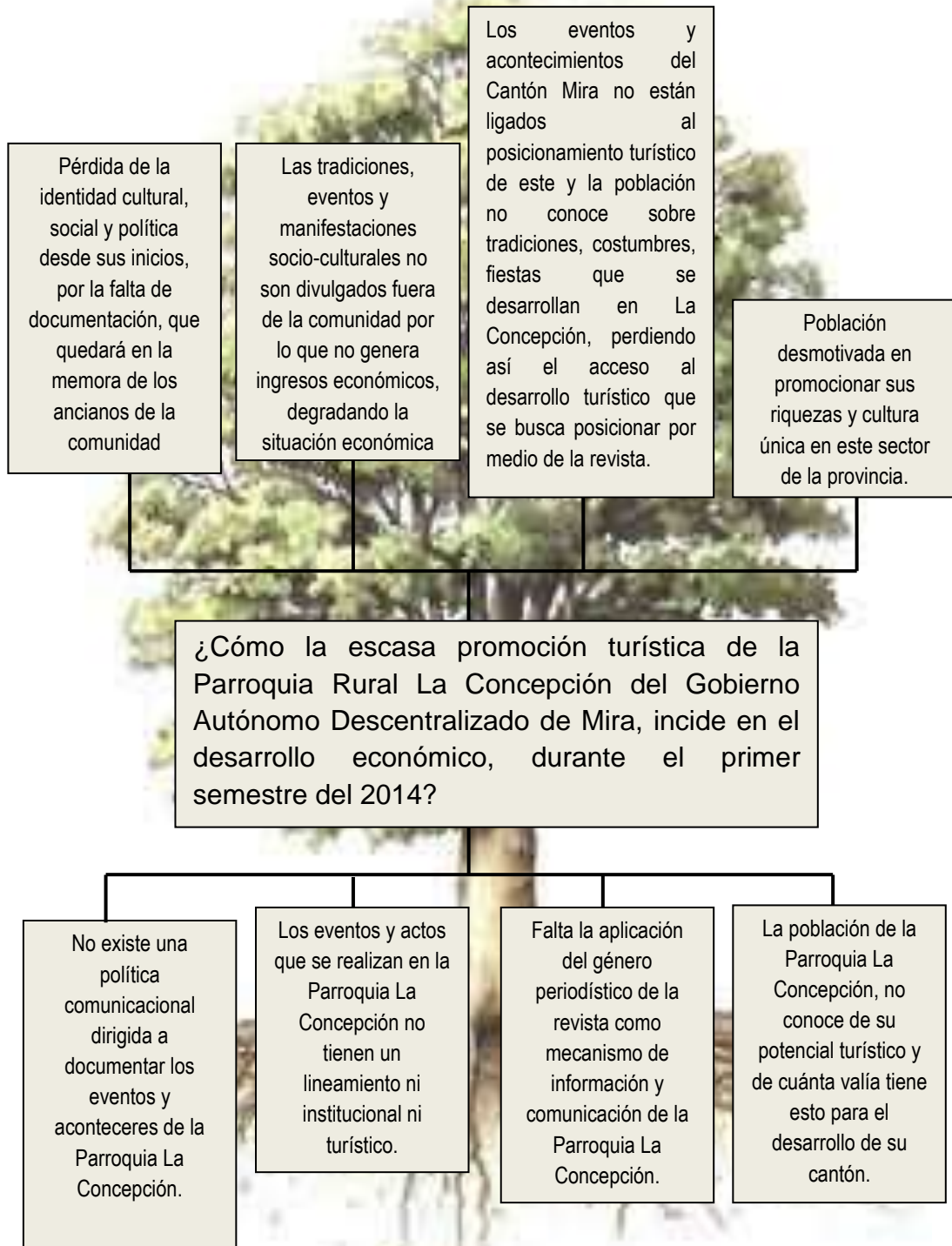
## **LINCOGRAFÍA**

- ISIS, (2013). “Mira Balcón de los Andes”. Disponible en: <http://mira.ec/parroquias/la-concepcion/>
- LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, (2013). “Registro Oficial Nº 22”, martes 25 de junio del 2013, disponible en: [http://www.supercom.gob.ec/sites/default/files/document/ley\\_organica\\_comunicacion.pdf](http://www.supercom.gob.ec/sites/default/files/document/ley_organica_comunicacion.pdf)
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Ciberc>
- <http://arxiv.org/abs/cond-mat/0011144/>.
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Cibercultura>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n\\_organizacional](http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n_organizacional)
- <http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/redes-sociales-y-medios-de-comunicacion/831/>
- <http://vlado.fmf.uni-lj.si/pub/networks/pajek/doc/pajekman.htm>.

- <http://webdiis.unizar.es/~ftricas/Articulos/tricasMereloWBC2004.pdf>.
  
- <http://www.blogalia.com/pdf/20030506blogtalk.pdf>.
  
- Organización Mundial del Turismo (2014), Organismos de gestión y promoción del turismo en las Américas, primera edición, disponible: [https://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/52D4/0C38/9AB7/55E5/D0B7/C0A8/0164/6BAB/140115\\_excerpt\\_gestion\\_promocion\\_web.pdf](https://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/52D4/0C38/9AB7/55E5/D0B7/C0A8/0164/6BAB/140115_excerpt_gestion_promocion_web.pdf)
  
- PERIÓDICO PARROQUIA DE LA CONCEPCIÓN (2013), “La Concepción 129 años forjando el desarrollo”, Gobierno Provincial del Carchi. Disponible en: <http://www.carchi.gob.ec/carchiorgullo/wp-content/uploads/2013/04/LA-CONCEPCION.pdf>

# ANEXOS

## ANEXO 1. Árbol de Problemas





## ANEXO 2. Matriz de Coherencia

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL
<p>¿Cómo la escasa promoción turística de la Parroquia Rural La Concepción del Gobierno Autónomo Descentralizado de Mira, incide en el desarrollo económico, durante el primer semestre del 2014?</p>	<p>Promocionar turísticamente la Parroquia Rural La Concepción del Gobierno Autónomo Descentralizado de Mira para promover el desarrollo socioeconómico de la comunidad por medio de una estrategia comunicacional alternativa.</p>
SUBPROBLEMAS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo incide la promoción turística de la Parroquia “La Concepción” en su desarrollo económico?”</li> <li>• ¿Cómo determinar las necesidades demandas de información de los turistas y la población de la Parroquia Rural “La Concepción”?</li> <li>• ¿Cómo promover la articulación de la información generada de todos los actores de la Parroquia Rural “La Concepción” con una sola visión?</li> <li>• ¿Cómo generar conciencia social para que sean los pobladores quienes aporten al diseño y promuevan información y comunicación para publicar en la revista turística e informativa “BALCÓN DE LOS ANDES” de la Parroquia Rural “La Concepción”?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnosticar si la promoción turística de la Parroquia Rural de “La Concepción” incide en el desarrollo de la población.</li> <li>• Seleccionar la información científica y teórica, sobre comunicación alternativa que permita generar una propuesta de revista turística.</li> <li>• Elaborar una propuesta comunicacional alternativa que promueva la actividad turística en la Parroquia Rural “La Concepción”, por medio de la impresión de una revista especializada en temas parroquiales.</li> <li>• Socializar la propuesta comunicacional alternativa con los pobladores de la parroquia, empleados del GAD Mira, actores políticos y comunidad en general</li> </ul>

### ANEXO 3. Formato de Encuesta



#### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

#### ENCUESTA DIRIGIDA COLABORADORES, CUERPO TÉCNICO Y EMPLEADOS DEL GAD-MIRA.

**Objetivo:** Diagnosticar la factibilidad de vincular la información y documentarla en una revista mensual impresa para la Parroquia Rural “La Concepción”, para potencializar el desarrollo turístico y socio cultural del cantón.

**Instructivo:**

A continuación sírvase poner una “X”, en donde usted considere conveniente.

**Datos informativos:**

Representatividad .....

Parroquia .....

#### ENCUESTA

1. Enumere por importancia, los 5 eventos más relevantes de la Parroquia Rural “La Concepción”

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

2. ¿Qué información considera usted debe ser incluida en una revista especializada para la Parroquia Rural “La Concepción”?

Lugares turísticos ( ) Personalidades ( )  
Obras del GAD Mira ( ) Historias ( )  
Fotografía ( ) Fiestas ( )

3. ¿Cree usted que debe hacerse una revista especializada de la Parroquia Rural “La Concepción”?

Si ( ) No ( ) Tal vez ( )

¿Porque?

.....  
.....  
.....

4. ¿Cree que las tareas de información y vinculación de la Parroquia Rural “La Concepción” para con la población y turistas son adecuadas?

Si ( ) No ( ) A lo mejor ( )

¿Porque?

.....  
.....

5. ¿En qué porcentaje los turistas contribuyen al desarrollo socio cultural y económico de la población de la Parroquia Rural “La Concepción”?

Mucho ( ) Poco ( ) Casi Nada ( ) Nada ( )

6. ¿La propuesta de la impresión de una revista que contenga información y comunicación con respecto a los aconteceres de la Parroquia Rural “La Concepción”?

Mensual ( ) Trimestral ( ) Semestral ( ) Anual ( )

7. ¿Cree usted que una revista es la herramienta necesaria para potencializar a la Parroquia Rural “La Concepción” de manera turística?

Si ( ) No ( ) Tal vez ( )

8. ¿Considera que una revista se convierte en una fuente de consulta para propios y extraños?

Si ( ) No ( ) A veces ( )

9. ¿Considera que la mejor manera de documentar los acontecimientos y eventos socio culturales de la Parroquia Rural “La Concepción” es registrándolos en una revista mensual distribuida desde el GAD Mira?

Si ( ) No ( ) A lo mejor ( )

Porque?

.....  
.....  
.....

10. ¿Cree que mejorara el nivel de atención que pobladores de la Parroquia Rural “La Concepción” brinden al turista si se registra sus actividades en una revista especializada?

Si ( ) No ( ) Tal vez ( )

¿Porque?

.....  
.....  
.....

**GRACIAS POR SU INFORMACIÓN**

**ANEXO 4. Fotografías tomadas en la investigación**



**Fuente:** Parroquia Rural La Concepción



**Fuente:** Parroquia Rural La Concepción



**Fuente:** Parroquia Rural La Concepción





**Fuente:** Parroquia Rural La Concepción



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN  
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1002483657		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Ximena Patricia Padilla Padilla		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Parroquia La Concepción Av. Estación Carchi		
<b>EMAIL:</b>	ximenapadilla59@yahoo.es		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	2210008	<b>TELÉFONO MÓVIL</b>	0986901681

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	“ESTUDIO DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA RURAL LA CONCEPCIÓN DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE MIRA Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO SOCIO ECONÓMICO, DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DEL 2014”, PROPUESTA COMUNICACIONAL ALTERNATIVA”
<b>AUTOR (ES):</b>	Ximena Patricia Padilla Padilla
<b>FECHA: AAAAMMDD</b>	2015/04/10
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Título de Licenciada en Comunicación Social.
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	Msc. Galo Álvarez Tafur

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Ximena Patricia Padilla Padilla, con cédula de identidad Nro. 1002483657, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 08 días del mes abril de 2015

**EL AUTOR:**

(Firma)



Nombre: Ximena Patricia Padilla Padilla  
C.C. 1002483657



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Ximena Patricia Padilla Padilla, con cédula de identidad Nro. 1002483657 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado titulado: "ESTUDIO DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA RURAL LA CONCEPCIÓN DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE MIRA Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO SOCIO ECONÓMICO, DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DEL 2014 ", PROPUESTA COMUNICACIONAL ALTERNATIVA," que ha sido desarrollada para optar por el Título de Licenciada en Comunicación Social en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 08 días del mes abril de 2015

(Firma) Ximena Padilla

Nombre: Ximena Patricia Padilla Padilla

Cédula: 1002483657