



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

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

### **TEMA:**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD SOBRE LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA QUE FOMENTE LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS, PARA LA POBLACIÓN DE LA PARROQUÍA, SAN FRANCISCO DE NATABUELA DEL CANTÓN ANTONIO ANTE. PROPUESTA COMUNICACIONAL.”

Trabajo de grado previo a la obtención del Título de Licenciado en la especialidad de Comunicación Social

### **AUTOR:**

Ruiz Espinosa Juan Pablo

### **DIRECTOR:**

Dr. José Revelo

Ibarra, 2015

## ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

Luego de haber sido designado por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra. He aceptado con satisfacción participar como Director de Trabajo de Grado del siguiente tema **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD SOBRE LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA QUE FOMENTE LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS, PARA LA POBLACIÓN DE LA PARROQUÍA, SAN FRANCISCO DE NATABUELA DEL CANTÓN ANTONIO ANTE. PROPUESTA COMUNICACIONAL”**. Trabajo realizado por el señor Juan Pablo Ruiz, previo la obtención del título de Licenciado en Comunicación Social.

Al ser testigo presencial, y corresponsable directo del desarrollo del presente trabajo de investigación, que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal que sea designado oportunamente.

Esto es lo que puedo certificar por ser justo y legal.



Dr. José Revelo  
**DIRECTOR**

## DEDICATORIA

Este trabajo de grado lo dedico a mis padres, Segundo Antonio Ruiz y Gloria María Espinosa, que en ningún momento de mi vida me han abandonado y sé que jamás lo harán.

A mi hermano, Fabricio Ruiz, que tras la muerte de mi padre fue un ejemplo de seriedad, responsabilidad y emprendimiento constante. A mi sobrina que siempre me hace recordar la sabiduría de la dulzura.

A mi querido y entrañable abuelito Filiberto Espinosa que nunca dejó de creer en mí y en darme sus santas bendiciones.

A María Teresa, Víctor, Susi, Judit, Juan Carlos, que desde niño me guiaron y tras la muerte de mi padre no me desampararon. También al ingeniero Luis Barahona.

Al doctor, Galo Álvarez, a quien tuve la suerte de conocerlo como docente y luego tenerla dicha de su amistad. A él y a todos los maestros que en su momento compartieron sus valiosos conocimientos.

A la licenciada Martha Vásquez, secretaria de la FECYT a quien también tuve el honor de conocer en la universidad y posteriormente gozar de su amistad.

A la Universidad del Norte que incansablemente durante 28 años no ha dejado de brindar profesionales de alto nivel a la sociedad ecuatoriana.

A todos quienes laboran y conforman diario El Norte, medio de comunicación, que me dio la oportunidad de laborar y plasmar los conocimientos aprendidos en la universidad.

A Diego Montenegro, que sin egoísmos y con su tradicional profesionalismo me guió durante mi trabajo en la Secretaría Nacional de

Comunicación. A él, su esposa, y a toda la familia Negrete Ponce que durante muchos años fueron un importante apoyo en mi vida. Y a toda la familia Negrete Ponce.

A mis vecinos y amigos del Barrio Los Óvalos que en reiteradas oportunidades me supieron aconsejar y apoyar.

Juan Pablo

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar agradecer a Dios por la bendición de estar con vida. Al amor de mis padres que me han dejado la mejor herencia del mundo. Los valores y principios de un hogar católico.

Agradecer a mis entrañables maestros: Jacinto Salas, José Revelo, Oscar Castro, Galo Álvarez, Oswaldo Portilla y a todos quienes me impartieron sus conocimientos en la Universidad.

Agradecer a mis colegas, Carla Aguas, Julio César Armanza, Cristian Torres, Patricio Pérez y Luis Valarezo de quienes en repetidas ocasiones supe aprender de su valiosa experiencia.

Agradecer infinitamente las letras de Ryszard Kapuściński, García Márquez, Miguel de Cervantes Saavedra, Luis Borges, Julio Verne, García Lorca y Dante Aligheri por su sabio legado al periodismo y literatura mundial.

Juan Pablo

## ÍNDICE GENERAL

Portada .....	i
Aceptación del director .....	ii
Dedicatoria .....	iii
Agradecimiento.....	v
Índice general .....	vi
Resumen .....	ix
Summary .....	x
Introducción .....	xi
CAPÍTULO I.....	1
1. El problema de investigación .....	1
1.1. Antecedentes .....	1
1.2. Planteamiento del problema .....	2
1.3. Formulación del problema .....	3
1.4. Delimitación .....	4
1.4.1 Unidades de observación .....	4
1.4.2 Delimitación espacial .....	4
1.4.3 Delimitación temporal .....	4
1.5. Objetivos.....	4
1.5.1 Objetivo general.....	4
1.5.2. Objetivos específicos .....	4
1.6. Justificación.....	5
CAPÍTULO II .....	7
2. Marco teórico.....	7
2.1 Fundamentación teórica.....	7
2.1.1 Teoría humanística .....	7
2.1.2 Fundamentación psicológica.....	8
2.1.2.1 Teoría cognitiva .....	8
2.1.3 Fundamentos sociológicos .....	9
2.1.4. Fundamentación de comunicación .....	10

2.1.4.1	Origen de la comunicación.....	11
2.1.4.2	Proceso de comunicación .....	11
2.1.4.3	Comunicación alternativa.....	13
2.1.4.4	La comunicación alternativa, sus medios y el aspecto legal.....	14
2.1.4.5	Principales características de los medios alternativos.....	18
2.1.4.6	Algunas teorías de la comunicación ligadas a los medios .....	20
2.1.4.7	Limitaciones y contradicciones de medios de comunicación ...	21
2.1.4.7	La comunicación alternativa, esperanza de un futuro .....	23
2.1.4.8	Géneros periodísticos.....	24
2.1.4.9	Clases de textos periodísticos .....	25
2.1.4.10	El lenguaje periodístico.....	26
2.1.5	Parroquia de San Francisco de Natabuela.....	28
2.2	Posicionamiento teórico personal.....	33
2.3	Interrogantes de investigación .....	34
2.4	Glosario de términos.....	35
2.4	Matriz categorial.....	39
CAPÍTULO III .....		38
3	Metodología de la investigación.....	38
3.1	Tipos de investigación.....	38
3.1.1	Investigación de campo .....	38
3.1.2.	Investigación bibliográfica.....	38
3.1.3	Proyecto factible .....	39
3.2	Métodos.....	39
3.2.1	Métodos teóricos .....	39
3.2.1.1	Método analítico .....	39
3.2.1.2	Método sintético .....	39
3.2.1.3	Método estadístico .....	40
3.3.	Técnicas e instrumentos.....	40
3.4	Población .....	40
3.5	Muestra .....	40
CAPÍTULO IV .....		43

4	Análisis e interpretación de resultados .....	43
CAPÍTULO V .....		55
5	Conclusiones y recomendaciones .....	55
5.1	Conclusiones .....	55
5.2	Recomendaciones.....	56
CAPÍTULO VI .....		57
6	Propuesta alternativa .....	57
6.1	Título de la propuesta .....	57
6.2	Justificación e importancia.....	57
6.3	Fundamentación de la propuesta.....	59
6.4	Objetivos.....	59
6.4.1	Objetivo general.....	59
6.4.2	Objetivos específicos.....	60
6.5	Ubicación sectorial y física.....	60
6.6	Desarrollo de la propuesta.....	60
6.7	Impactos.....	89
6.8	Difusión .....	90
6.9	Bibliografía.....	91
Anexos.....		97
Anexo 1 Árbol de problemas .....		98
Anexo 2 Formulario de encuestas .....		99
Anexo 3 Matriz categorial .....		101
Anexo 4 Matriz de coherencia .....		102
Anexo 5 Fotos socialización.....		103



## RESUMEN

El principal objetivo que tiene el presente trabajo de grado es la creación de un medio de comunicación alternativo denominado “Hechos”, el cual tiene presencia en las principales redes sociales que a la fecha lideran el ranking socialmedia del Ecuador, según el último informe publicado por alexa.com. Dichas redes son Facebook, Twitter y Google+. Hechos tiene la misión de difundir las informaciones que se generan en la parroquia San Francisco de Natabuela o a su vez que beneficien a sus pobladores. La propuesta del boletín informativo Hechos está diseñada para su circulación quincenal en papel. Este proyecto que lo realizó como requisito fundamental para obtener el título de licenciado en Comunicación Social y se complementa con prácticas y estudios que se han obtenido durante la investigación. Esta idea nació de un conversatorio entre pobladores de la comunidad Los Óvalos que forma parte de la parroquia Natabuela. La necesidad de este proyecto quedó demostrada en las encuestas y en las teorías de la comunicación utilizadas en la investigación. En este contexto fue necesario investigar las raíces sociales, socioculturales y comunicacionales que existen en la parroquia. Por tal motivo el Marco Teórico está compuesto por la Teoría Humanista, Cognitiva, Socio-Crítica entre otras. En este contexto señalamos los conceptos de comunicación de Aristóteles, David K. Berlo, Stanton entre otros. Por todo lo expuesto, fue importante estudiar y comparar los conocimientos básicos del periodismo y plasmarlos en una propuesta de comunicación alternativa. Para dicha investigación se contó con el permiso y apoyo de la Junta Parroquial de San Francisco de Natabuela y de sus pobladores. Para el estudio se utilizó los aspectos metodológicos de diálogo, observación y documentación. Lo principal de este proceso es la participación ciudadana en el desarrollo y construcción participativa en la creación de la opinión pública. Además de la integración entre los pobladores de la parroquia. La elaboración de Hechos surge en respuesta a los resultados obtenidos de las encuestas.

## SUMMARY

This degree's work has as its principal object to create a communication approach called "Hechos", with presence in the principal social networks that lead the socialmedia ranking in Ecuador, according alexa.com they are: facebook, twitter and Google+. "Hechos" has the mission of disseminate information generated in the parish of San Francisco de Natabuela or the ones that benefit their people. This is a fortnightly informative newsletter. I made this project as a fundamental requirement for the degree in Social Communication and this is a compliment of practices and studies that I have been obtained during this investigation. This idea came from a conversation between residents of Los Ovalos community that is part of the parish Natabuela. The need of this project was demonstrated in surveys and theories of communication used in the research. In this context it was necessary to investigate the social, cultural and communicational roots that exist in the parish. Therefore the theoretical framework is composed by the Humanist Theory , Cognitive , Socio-Critical among others. In this context, we note the communication concepts of Aristoteles, David K. Berlo, Stanton among others. For these reasons, it was important to study and compare the basics knowledge of journalism and translate them into an alternative communication proposal. For this research we count with the permission and support of the vestry of San Francisco de Natabuela and its inhabitants. For this study the methodological aspects of dialogue, observation and documentation was used. The main thing about this process is the citizen participation in the development and constructive participation in the creation of public opinion. Besides the integration between the inhabitants of the parish. The development of "Hechos" arise in response to the results of the surveys.

## INTRODUCCIÓN

La investigación de Grado se desarrolló en la parroquia San Francisco de Natabuela del catón Antonio Ante y fue desarrollada mediante la estrategia comunicacional alternativa de la elaboración y publicación de un boletín semanal, la misma que se convierte en una herramienta de recuperación, proyección y participación de los pobladores.

Cabe resaltar la colaboración de las organizaciones sociales, clubes deportivos y la Junta Parroquial de San Francisco de Natabuela.

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

**CAPÍTULO I.-** Se detalla los antecedentes, planteamiento y formulación del problema, delimitaciones, objetivos, preguntas específicas y justificación.

**CAPÍTULO II.-** Abarca la fundamentación teórica, conceptual, posicionamiento teórico personal, glosario de términos y matriz categorial.

**CAPÍTULO III.-** Trata sobre la metodología de la investigación, tipo, métodos, técnicas e instrumentos, población y muestra.

**CAPÍTULO IV.-** Se desarrolla el análisis e interpretación de resultados, tanto de la encuesta, como de las entrevistas aplicadas.

**CAPÍTULO V.-** Se presenta las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

**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:**

Hablar de comunicación en otros espacios, además de los medios tradicionales, permite que se entienda el papel tan importante que esta tiene en el diario vivir y en el desarrollo humano, no solo de los individuos, sino de las formaciones sociales que la utilizan con diferentes propósitos.

Este trabajo presenta como eje central la visión comunicativa, alternativa, que encuentra su fundamento en la población de la parroquia de Natabuela y que responde a características específicas, a necesidades y a expectativas propias de esta realidad. Pensar en la comunicación como fuente de organización, participación y visibilidad, política y cultural; por eso se considera motor indiscutible del desarrollo, representado en la mejoría de la calidad de vida del hombre.

Natabuela, es un lugar ancestral que cuenta con costumbres propias y patrimoniales, se encuentra ubicada entre el cantón Ibarra y Antonio Ante. Es una parroquia rural del cantón Antonio Ante, su fundación data del 9 de noviembre de 1932 como día de la fundación de la parroquia, estos datos fueron recolectados mediante las actas de los libros de bautismo ya que no existen otros registros. Su población está compuesta por grupos de indígenas y mestizos constituyéndose esta parroquia como la fuerza agrícola del cantón Antonio Ante, los pobladores también se dedican a actividades como la construcción, artesanías, comercio, y turismo en pequeña escala.

Natabuela consta hoy con aproximadamente 14.109 de habitantes, cifra obtenida del INEC del censo realizado en el año 2010, el desplazamiento forzado y la búsqueda de nuevas oportunidades, es una parroquia multicultural. De ahí nace la inquietud de fomentar una alternativa que fomente la generación de contenidos, para de esta manera dar a conocer la cultura Natabuela y contribuir a mejorar la sociedad en donde viven tantas personas; para así todos tendrán la oportunidad de su comunidad inmediata. Teniendo en cuenta que este estudio irá destinado a los sectores populares y de estratos más bajos que son los que tienen menos posibilidades de acceso a los medios de comunicación, se hizo urgente la averiguación de cómo se da su relación con ellos.

Para esto se debe tener muy presente el hecho de que la mayoría de personas de esta comunidad solamente se relacionan con productos comunicativos como “audiencias receptoras” y, por tanto, no tienen la oportunidad de réplica-. Por esta razón, aquí el interés se centra en aquellos casos en los que la población tiene la oportunidad de ser productora de mensajes, la constructora de la realidad en la medida en la que pueden comunicarla a un mayor número de personas, en especial a aquellas que comparten su realidad más cercana.

## **1.2. Planteamiento del problema**

El desconocimiento ante los programas sociales, sean estatales o no impide a los ciudadanos acceder a beneficios que en la mayoría de casos les corresponde. Existe un gran problema de comunicación en la comunidad de Natabuela ya que solo son receptores de todo tipo de información y no cuentan con la manera de generar retroalimentación, sobre las noticias que afectan a su entorno. Es por ello que la vinculación a una comunicación alternativa para generar contenidos periodísticos será de gran efectividad ya que permitirá formalizar diálogos donde se

vincularan sectores diversos de la sociedad de esta parroquia. Se promoverá diversos mecanismos para estimular conversaciones saludables, compartir información y conocimiento con mayor velocidad, para así responder a las necesidades de las nuevas y antiguas generaciones de este sector.

En la actualidad la tecnología ha permitido la presencia de nuevos medios informativos, los cuales son más directos y no han sido totalmente explorados, pero esta parroquia no ha contado con una adecuada inclusión en las actividades de los diversos organismos que promueven el bienestar común de la sociedad, por lo que se propone utilizar las nuevas tecnologías, conjuntamente con Internet para promocionar y difundir los diversos eventos de Natabuela.

La ausencia de equipos tecnológicos y asesoría especializada en mejorar los procesos de comunicación interna y externa en la parroquia de Natabuela ha generado que los procesos de información y difusión no se han innovado, y se mantienen escasas alternativas de comunicación siendo pocos los pobladores que manejan información sobre medios alternativos. Dados estos hechos resulta indispensable adaptar y promover el uso de una comunicación alternativa para emitir un mensaje de forma clara, directa e innovadora, originando así nuevos y variados métodos para proporcionar información sobre la cultura Natabuela y lo que pasa dentro de esta parroquia, esto irá de la mano con avances tecnológicos más personales de la actualidad logrando así que la información no sea dispersa sino que llegue directamente al receptor objetivo.

### **1.3. Formulación del problema:**

¿De qué manera los medios de información en la parroquia San Francisco de Natabuela influyen en el desarrollo social en el segundo semestre del 2014?

#### **1.4. Delimitación:**

##### **1.4.1 Unidades de Observación:**

Población parroquia de Natabuela.

##### **1.4.2 Delimitación Espacial:**

**Provincia:** Imbabura

**Cantón:** Antonio Ante

**Parroquia:** Natabuela

##### **1.4.3 Delimitación Temporal:**

La investigación se realizó en el segundo semestre del año 2014.

#### **1.5. Objetivos:**

##### **1.5.1. Objetivo General:**

- Impulsar la comunicación alternativa para la difusión de contenidos periodísticos mediante estrategias de promoción sobre el desarrollo social en la parroquia San Francisco de Natabuela en el segundo semestre del 2014.

##### **1.5.2. Objetivos específicos:**

- Diagnosticar sobre el uso de medios de comunicación alternativos que utilizan en la población de la parroquia San Francisco de Natabuela.

- Proponer referentes conceptuales sobre la comunicación alternativa y su incidencia en la población
- Elaborar una propuesta comunicacional alternativa para la difusión de contenidos periodísticos educomunicacionales
- Socializar la propuesta con el Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia San Francisco de Natabuela, clubes deportivos y organizaciones sociales.

#### **1.6. Justificación:**

Los medios de comunicación hacen referencia a las herramientas mediante las que los individuos son capaces de transmitir una información. Para que este proceso se pueda llevar a cabo, es necesario que exista un emisor del mensaje, el propio medio en sí mismo, y un receptor; es decir, para que la comunicación se haga efectiva.

Gracias a la evolución tecnológica, y en concreto, la aplicada a las nuevas tecnologías de la comunicación, como se ha experimentado desde los últimos años desde la aparición de internet, se han desarrollado nuevos medios virtuales de comunicación de masas, que permiten que la transferencia de información se realice de forma globalizada e inmediata.

El derecho a la información y a la comunicación es un derecho humano fundamental que debe ser ejercido socialmente y más allá de eso es una necesidad que un Estado verdaderamente democrático debe garantizar a todos los actores sociales. Información, comunicación y democracia son conceptos estrechamente vinculados ya que para lograr la democracia es necesario también que el derecho a la comunicación esté garantizado para todos y no sea un privilegio exclusivo de las minorías. Los medios de comunicación alternativa y social son aquellos donde confluyen y se



reafirman las identidades de los diversos grupos humanos que conforman una región, un país o el mundo.

Es por ello que la presente investigación se enfoca en el desarrollo de un documento que fomente la comunicación alternativa y difunda la cultura de la población de la parroquia San Francisco de Natabuela, y promover la comunicación comunitaria que abre un espacio a la sociedad para su beneficio, así motivar a la comunidad para que se sienta comprometido para realizar un trabajo colaborativo.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Fundamentación Teórica.

##### 2.1.1. Teoría Humanística

La teoría humanista tuvo un aporte significativo en el trabajo de investigación ya que se basa en las personas como entes, y contribuye al desarrollo y al crecimiento existencial, desarrollo intelectual, enfatizando fundamentalmente la experiencia subjetiva, la libertad de elección y la relevancia del significado individual.

***El objetivo de la Teoría Humanista es conseguir que las personas 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.(NISBET, 2006)***

La teoría humanista evalúa al ser humano y a su creatividad individual en el proceso de la consecución de los objetivos individuales y al comportamiento con la sociedad, rescatando la inmersa e inquebrantable confianza en la naturaleza, fundamentalmente buena, del hombre, a la que basta liberarse de sus bloques, rigideces y ataduras

La teoría humanista asevera que el ser humano es un ente único y concibe la libertad de expresión como un acto de experiencia, imaginación, donde se manifiestan sentimientos lo hace diferente de los demás.

## 2.1.2. FUNDAMENTACIÓN PSICOLÓGICA

### 2.1.2.1. Teoría Cognitiva

Las razones por las cuales se le denomina teoría cognitiva son variadas entre ellas podemos encontrar: el que podamos recurrir a un proceso de interacción e intercambios con nuestros semejantes pues nuestro desarrollo se da a medida que desarrollamos nuestro conocimiento en nuestra vida.

Otra razón es el hecho de que la comunicación es informativa ha de relacionarse con el conocimiento de quién la emite, al mismo tiempo que de su objetivo o finalidad será lograr también un conocimiento en el destinatario.

Con lo anteriormente descubierto se ha dado pauta para que los numerosos centros académicos e incluso centros rectores a nivel nacional consideren que las ciencias de la comunicación y ciencias cognitivas formen parte de un mismo campo de estudio

**Esta teoría cobra importancia en las últimas décadas ya que concibe que el ser humano sea el único responsable de su propia construcción del conocimiento, relaciona la información nueva con los conocimientos previos, lo cual es esencial para la elaboración del conocimiento y el desarrollo de destrezas de comunicación. Además busca desarrollar en él su autonomía, que se acepte así mismo, y que aprenda a desarrollar sus capacidades cognitivas y vivir en armonía con lo que le rodea. (JAUME, 2006, pág. 47)**

Esta teoría evalúa las experiencias pasadas y las nuevas informaciones adquiridas en el desenvolvimiento cognitivo, psicomotor y afectivo del ser humano al adquirir cambios en sus esquema conocimientos mentales, donde él se convierte en el constructor de su propios conocimientos.

### **2.1.3 FUNDAMENTOS SOCIOLÓGICOS**

#### **Teoría Socio-Critica**

Esta teoría favorece a que el individuo exprese lo que ya sabe o sabe hacer hacia lo que requiere del apoyo del mediador, facilita a la retroalimentación y facilita el trabajo individual o colectivo dependiendo del momento del tipo de comunicación, abordando las tres dimensiones cognitivas, procedimentales y actitudinales, describiendo y explicando el nivel de desarrollo del ser humano en cada momento.

Todo ello orientado a la formación de individuos críticos, comunicativos y reflexivos, capaces de establecer ciertos parámetros de interacción con los demás individuos, para enfrentarse a una nueva sociedad conflictiva, con capacidades para proponer posibles soluciones y a la construcción de una comunidad democrática.

La teoría de la sociedad de masas, destaca la interdependencia entre las instituciones que detentan el poder y sostiene que, los medios de comunicación se integran a las fuentes de poder y autoridad sociales.

En esta línea, es probable considerar que el contenido de los mensajes se encuentre al servicio de quienes poseen el poder político y económico. De esta forma, la versión del mundo que los medios exhiban, será a fin de colaborar en la subordinación de las audiencias al poder.

Es posible ver en los mensajes mediáticos, una interpretación irreal del mundo, de manera tal que, actuando como instrumento de manipulación, ayuda a las masas a sobrevivir en condiciones difíciles.

Más allá de la teoría pesimista de la sociedad de masas, se encuentran las teorías de origen estrictamente marxista, que se diferencian de las anteriores ir poseer un perfil ideológico más definido.

## 2.1.4. Fundamentación de comunicación

### Comunicación

Es el proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes. El acto de comunicar es un proceso complejo en el que dos o más personas se relacionan a través de un intercambio de mensajes con códigos similares por el cual tratan de comprenderse, utilizando un canal que actúa de soporte en la transmisión de la información. Es más un hecho sociocultural que un proceso mecánico.

- a) **Aristóteles: Señala que comunicación, es un proceso donde se utilizan todos los medios de persuasión que se tengan al alcance para hacernos entender.**
- b) **David K. Berlo: Es un proceso mediante el cual un emisor transmite un mensaje a través de un canal hacia un receptor.**
- c) **Según Stanton, Etzel y Walker, la comunicación es "la transmisión verbal o no verbal de información entre alguien que quiere expresar una idea y quien espera captarla o se espera que la capte" Fundamentos de Marketing, 2007, Pág. 511. (NISBET, 2006, pág. 852)**

Tomando en cuenta lo expuesto y las enunciaciones de comunicación, se podría plantear la siguiente definición: la comunicación es el proceso mediante el cual el emisor y el receptor establecen una conexión en un momento y espacio determinados para transmitir, intercambiar o compartir ideas, información o significados que son comprensibles para ambos.

La Comunicación entonces es el medio por el cual los seres humanos podemos interactuar y si la comunicación es reducida a la transmisión de informaciones, los emisores cuentan con una mayoría de receptores dependientes de su poder en una sociedad verticalista y unidireccional, autoritaria. Si por el contrario, se tiene en cuenta la capacidad de intercambio y de diálogo que puede estimular la comunicación, entonces

las posibilidades de participación de cada ciudadano son más reales en la sociedad, y esta adquiere un sentido más democrático.

#### **2.1.4.1. Origen de la Comunicación**

La comunicación ha sido teorizada, subvalorada, redimida y manejada de tantas formas que a veces se obvia su importancia por la cotidianidad con que es vista. Sin embargo, es tan antigua como las primeras civilizaciones, que mientras más se complejizaban más crecía su necesidad de desarrollarse y por tanto de interactuar entre ellos. Con la diferenciación de roles, la división del trabajo y el establecimiento de jerarquías en busca de beneficios comunes, el nivel de organización creció y se hizo imprescindible la evolución del lenguaje.

Con los años, la comunicación dejó de ser únicamente lenguaje, para convertirse paulatinamente en medio de comunicación masiva y mediación cultural.

En los tiempos modernos comunicar significa poner en común con otro, ideas, pensamientos, a través de diferentes canales y con un código compartido. Debido a esto resulta un fenómeno difícil de conceptualizar; existen miles de definiciones y ha sido estudiada y tratada con diferentes enfoques.

#### **2.1.4.2. Proceso de Comunicación**

David K. Berlo permite al ser humano negociar su posición en el entorno en el que vive. De este modo, la comunicación es un valor de interlocución, de poder, de influencia, de control. La eficacia o 'fidelidad' de la comunicación, no obstante, está sujeta a estrategias y no produce resultados ciertos, sino que puede estar avocada al fracaso,

generalmente por incompatibilidad entre el propósito de quien emite y la disposición de quien recibe. La eficacia radica, en buena medida, en eliminar, en un sentido amplio del término, los ‘ruidos’ que pueden distorsionar el propósito comunicacional.

***“El proceso de comunicación es bidireccional, es decir, hay dos partes que están involucradas, un emisor y un receptor. Se requieren ocho pasos, sin importar si las dos partes hablan, usan señales manuales o se sirven de otro medio de comunicación; tres de esos pasos corresponden al emisor y los restantes al receptor.”***  
(BRECHT, 2010, pág. 71)

Para Berlo, los componentes del proceso de comunicación son:

- **Fuente:** Constituye el origen, el punto de partida sensible a factores como las habilidades, el conocimiento, las actitudes y la posición socio-cultural.
- **Codificador:** Traduce a una clave el mensaje destinado a obtener la respuesta esperada. Supone habilidades de hablar y escribir.
- **Mensaje:** Es el producto físico del emisor y su estructura debe estar compuesta por un código, un contenido y un tratamiento del mensaje.
- **Canal:** Es el vehículo de transporte el cual habrá de dirigirse a uno de los sentidos o varios para su percepción.
- **Receptor - Decodificador:** Es a quien se dirige el mensaje, la decodificación se refiere a las habilidades de leer y escuchar y comprender el mensaje que se quiso enviar. La decodificación de alguna manera resulta determinada por las actividades que el receptor guarde para sí mismo, hacia la fuente y hacia el contenido por su nivel de crecimiento del código.



Fuente: Proceso de comunicación extraído de: <http://1.bp.blogspot.com>

***“En el contexto de la comunicación, se entiende por retroalimentación la respuesta que transmite un receptor al emisor, basándose en el mensaje recibido que, de manera eficiente, alimenta la conversación. Dentro del proceso de comunicación, la retroalimentación comunicativa es la cualidad que permite mantener la comunicación activa, y que favorece que el emisor cambie o modifique su mensaje en función de las respuestas recibidas.”***(Maldonado, 2011, pág. 46)

De lo dicho se dice que la comunicación permite un refinamiento, rectificación o mayor sensibilidad y sintonía comunicativa en las sucesivas acciones del emisor. Berlo da un gran importancia a la recepción, y señala que “los significados no están en el mensaje, sino en sus usuarios”; esto es, la decodificación es el valor final y diferenciado que fija, por contraste con el propósito inicial del emisor, la eficacia de la comunicación.

### 2.1.4.3. Comunicación Alternativa

***“La comunicación popular, alternativa, es el proceso de interacción que se da dentro de un grupo de seres humanos, con el propósito de recupera sus significado,***



***de su memoria histórica, de su vida cotidiana y de su experiencia humana de la realidad; para estructurar estos significados como guías de acción vital, con la participación popular y la capacitación para elaborar, controlar, conducir, ejecutar y evaluar su propio proyecto; que dan lugar a diversos niveles, formas y técnicas de la comunicación popular, alternativa y participativa.”*** (Merino Ultreras, 2008)

La comunicación alternativa han tenido gran auge a partir del desarrollo de las nuevas tecnologías, en especial del internet; sin embargo, esta comunicación ha acompañado a la historia de la humanidad desde los orígenes de las civilizaciones con sistemas dominantes. Sabemos que la comunicación humana depende de los factores económicos, políticos y sociales, y la comunicación alternativa no es la excepción. Por su parte, pareciera ser la opción que surge de y para la comunidad; se origina en las mentes de individuos que inspirados por la realidad, proponen una mirada ajena a la del poder, que por lo regular resulta más crítica que la difundida por los medios tradicionales y controlados.

Es así como se visualiza, que la comunicación alternativa es resultado de un proceso social alternativo, que difiere en forma, función y contenido al proceso social propuesto por el sistema dominante, generalmente guiado por la relación del gobierno y los medios de comunicación tradicionales. El gran acierto de los medios alternativos es que nacen a partir de la visión de los propios individuos, aquéllos que en su diario existir son partícipes de la realidad social.

#### **2.1.4.4. La Comunicación Alternativa, sus medios y el aspecto legal.**

La comunicación alternativa surge de la necesidad de los individuos de comentar acerca de su entorno, y exponer su visión del mundo, muchas veces contradictoria a la visión del sistema hegemónico. Esta comunicación se da en particular en sistemas dominantes, en los que los individuos no cuentan con una expresión abierta dentro de los medios y

canales establecidos, ya que estos son invadidos, saturados y controlados por el discurso del poder.

Sin embargo, consideramos que la comunicación alternativa también se puede generar en sistemas igualitarios, es decir, en aquellos sistemas del pasado en los que el control de los canales de comunicación no se daba en extremo, pero que sin embargo, tampoco planteaba todos los puntos de vista surgidos en la sociedad. En aquellas sociedades igualitarias algunas visiones individuales eran omitidas, pero probablemente tal omisión se debía a una censura en menor grado de la que observamos en los actuales sistemas dominantes.

***Lewis retoma el informe de la UNESCO sobre la comunicación en el mundo para reafirmar lo siguiente: “La comunicación alternativa se refiere a estructuras y tradiciones que se establecen como suplemento de la tradición principal debido a que ésta última no satisface plenamente las necesidades de comunicación de ciertos grupos”. (Corrales García & Hernández Flores, 2014)***

La comunicación alternativa, es aquella que propone lo alterno a los medios tradicionales, es decir a los más utilizados. En esta práctica alternativa, hay un intento implícito de suplantar a los medios tradicionales, buscando oponerse a los sistemas de los medios de comunicación de masas y a sus implicaciones sociales.

En el aspecto legal tras la reforma realizada a la Constitución de la República, realizada en Montecristi, provincia de Manabí, en el año 2008, se han plasmados importantes cambios esenciales para la democratización de la comunicación en el Ecuador.

A nivel nacional, por ejemplo: la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) promueve los espacios de comunicación comunitaria y la distribución de frecuencias. Democratizando el aspecto radioeléctrico que ante antes de esta norma estaba prácticamente en manos de empresas privadas. Por

ejemplo el Art. 56 resalta que: “El Estado implementará las políticas públicas que sean necesarias para la creación y el fortalecimiento de los medios de comunicación comunitarios como un mecanismo para promover la pluralidad, diversidad, interculturalidad y plurinacionalidad; tales como: crédito preferente para la conformación de medios comunitarios y la compra de equipos; exenciones de impuestos para la importación de equipos para el funcionamiento de medios impresos, de estaciones de radio y televisión comunitarias; acceso a capacitación para la gestión comunicativa, administrativa y técnica de los medios comunitarios. La formulación de estas medidas de acción afirmativa en políticas públicas son responsabilidad del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación y su implementación estará a cargo de las entidades públicas que tengan competencias específicas en cada caso concreto. El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación elaborará un informe anual acerca de las medidas de política pública adoptadas por el Estado, destinadas a la conformación o consolidación de los medios comunitarios; informe que será obligatoriamente publicado en su página web”.

En este sentido, la Ley Orgánica de Comunicación<sup>18</sup> (LOC), aprobada en la Asamblea Nacional en el 2013 complementa en su artículo 12, sobre Principio de democratización de la comunicación e información, que “las actuaciones y decisiones de los funcionarios y autoridades públicas con competencias en materia de derechos a la comunicación propenderán permanente y progresivamente a crear las condiciones materiales, jurídicas y políticas para alcanzar y profundizar la democratización de la propiedad y acceso a los medios de comunicación, crear medios de comunicación, generar espacios de participación, el acceso a las frecuencias del espectro radioeléctrico, las tecnologías y flujos de información”.

Adicionalmente el Art. 29, sobre Libertad de información, corrobora legalmente lo planteado en el boletín quincenario Hechos, pues en

contexto legal, según la LOC dice: “todas las personas tienen derecho a recibir, buscar, producir y difundir información por cualquier medio o canal y a seleccionar libremente los medios o canales por los que acceden a información y contenidos de cualquier tipo. Esta libertad solo puede limitarse fundadamente mediante el establecimiento previo y explícito de causas contempladas en la ley, la Constitución o un instrumento internacional de derechos humanos, y solo en la medida que esto sea indispensable para el ejercicio de otros derechos fundamentales o el mantenimiento del orden constituido. Toda conducta que constituya una restricción ilegal a la libertad de información, será sancionada administrativamente de la misma manera que esta Ley lo hace en los casos de censura previa por autoridades públicas y en los medios de comunicación, sin perjuicio de las otras acciones legales a las que haya lugar”.

Se debe tomar en cuenta el derecho que tiene la ciudadanía a la creación de medios de comunicación, lo cual está claramente señalado en el Art. 33 de la Ley de Comunicación que dice que: “todas las personas, en igualdad de oportunidades y condiciones, tienen derecho a formar medios de comunicación, con las limitaciones constitucionales y legales establecidas para las entidades o grupos financieros y empresariales, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas. La violación de este derecho se sancionará de acuerdo a la ley”.

De la misma manera lo anteriormente expuesto esta en concordancia con el Art. 34 de la misma ley: “todas las personas en forma individual y colectiva tienen derecho a acceder, en igualdad de condiciones, al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico, asignadas para los servicios de radio y televisión abierta y por suscripción en los términos que señala la ley”.

Por todo lo expuesto se evidencia que, a la fecha (2015), el marco legal de la comunicación en el Ecuador es viable para el desarrollo de la propuesta presentada en este trabajo de grado.

#### 2.1.4.5. Principales características de los medios alternativos

A continuación se presenta una tabla donde se detallan los puntos más importantes de las características de los medios alternativos:

<b>CARACTERISTICA</b>	<b>DEFINICIÓN</b>
<b>Razón de ser</b>	Los medios alternativos nacen de una necesidad social, ya sea educativa, humana, cultural, ambiental, política, económica, etc. Invitan a la movilización social, y su razón de ser es promover y convocar ideologías y eventos específicos, en los que los interesados pueden manifestarse ya sea virtual o físicamente.
<b>Objetivo</b>	Impulsar la concientización social y generar la retroalimentación entre el medio y la audiencia de manera continua. En la actualidad enfrentan al capitalismo y al neoliberalismo ideológica y culturalmente.
<b>Mensaje</b>	El mensaje alternativo difiere en forma y contenido al elaborado por los medios tradicionales, ya que encierra la mirada de individuos ajenos a los grupos de poder. En él se busca exponer la realidad social, olvidándose de los beneficios económicos que por lo regular buscan los mensajes de los medios tradicionales.
<b>Organización</b>	Cuentan con una organización en la que los interesados pueden participar, se podría decir que tal organización es más horizontal y democrática que la de los medios tradicionales. Todos los individuos interesados pueden participar en su producción, control y distribución, olvidando las limitantes profesionales que suelen regular a los medios tradicionales
<b>Enfoque</b>	Su enfoque puede ir de lo local a lo global, dependiendo del contenido que este exponga.

	<p>Muchas veces los medios alternativos surgen de la necesidad de expresar una realidad social específica y local, pero con el paso del tiempo son capaces de evolucionar a expresiones más globales, las cuales encierran causas más generales, como la lucha contra el neoliberalismo. El enfoque, da fuerza al vínculo entre medio y ciudadano, por lo que la relación con sus consumidores difiere de la relación que los medios tradicionales tienen con su audiencia. En los medios alternativos los consumidores participan y ayudan a definir las necesidades y objetivos del mismo</p>
<b>Financiamiento</b>	<p>Los medios alternativos cuentan con diversas fuentes de financiamiento, las cuales pueden ser propias, de fundaciones o autogestoras, pero muy pocas veces ligados al estado o la publicidad. Los medios alternos no tienen fines comerciales.</p>
<b>Audiencia</b>	<p><b>Presumido:</b> Consumidor que asume simultáneamente los roles de productor y consumidor de contenidos. La audiencia de los medios alternativos tiene la opción de convertirse en una audiencia movilizada, inserta en una relación horizontal y continua con los medios. El tamaño de la audiencia de los medios alternos varía, puede ir de lo local a lo global, y no necesariamente es minoría, gracias a las nuevas tecnologías los medios alternos pueden llegar, cada vez más, a un mayor público.</p>

**Autor:**(Corrales García & Hernández Flores, 2014)

**Fuente:** Investigación

Como puede observarse en la tabla anterior, los medios alternos se traducen como una salida a la información que los medios tradicionales no abarcan. Pero ésta, tiene que ser elaborada por las partes interesadas,

por los afectados, por los personajes de la realidad social, es decir por el pueblo mismo:

***“La comunicación alternativa no es una actividad en sí, dotada de una finalidad que se agota en sí misma, sino que está al servicio de una tarea global, entendida como un proceso de toma de conciencia, de organización y de acción de las clases subalternas. Al hablar de comunicación, se recalcan las funciones informativas culturales, por eso se descartan aspectos documentales como los que generalmente se ofrecen en centros de investigación, bibliotecas y archivos de medios de comunicación. Las alternativas de comunicación han de ir orientadas a la generación de fuentes, mensajes, y líneas de trabajo informativo comunicacional a través de la creación de centros alternativos de comunicación popular”. (Freire, Educomunicacion siglo XXI, 2005)***

La difusión de la comunicación alternativa, tiene medios distintos a la tradicional, y dependen del proceso social del que forman parte; los mecanismos alternativos en la actualidad son: las mantas, muros, volantes, periódicos, radios y todos los medios que existen en la red de redes. Sin embargo para que los medios alternativos sean parte de un proceso de comunicación social necesitan ser leídos por un público alterno.

#### **2.1.4.6. Algunas teorías de la comunicación ligadas a los medios alternativos**

Para la década de los 80's, el fenómeno alternativo figuraba ya como objeto de estudio de la comunicación. Es en este contexto que McQuail propone sus Teorías normativas de los medios de la comunicación con las cuales pretende analizar los medios de comunicación, desglosando sus observaciones en seis teorías fundamentales e interdependientes:

- Teoría autoritaria.
- Teoría de la prensa libre.

- Teoría de la responsabilidad social.
- Teoría soviética de los medios de comunicación.
- Teoría de los medios de comunicación del desarrollo.
- Teoría de los medios de comunicación democrática – participante.

Los ciudadanos y grupos minoritarios tienen derecho de acceso a los medios de comunicación (derecho de comunicar) y derecho a ser servidos por esos medios según su propia determinación de las necesidades.

- La organización y el contenido de los medios no debe someterse a un control centralizado político o de la burocracia estatal.
- Los medios deben de existir principalmente para sus audiencias y no para sus propias organizaciones, profesionales o clientes.
- Los grupos, organizaciones y comunidades locales deben de disponer de sus propios medios.
- Los medios de pequeña escala, interactivos y de participación son preferibles a los de gran escala, unidireccionales y profesionalizados.
- La comunicación es demasiado importante como para dejársela a los profesionales. (Kaplun, 2000)

#### **2.1.4.7. Limitaciones y contradicciones de los medios de comunicación alternativa**

En un mundo globalizado como el nuestro, en el que los medios masivos de comunicación, aunados a la publicidad parecieran regir cada aspecto de la vida social, la comunicación alternativa se plantea como una opción alentadora y al mismo tiempo escabroso. A continuación se mencionan algunas limitantes y contradicciones que a nuestro parecer, y el de diversos autores, afectan el desarrollo de los medios de comunicación alternativa:

- **Falta de credibilidad.** Al ser medios creados por individuos (en su mayoría) ajenos a los medios tradicionales, los medios alternativos se



plantean como dudosos y/o tendenciosos. Es decir, pueden generar una gran falta de credibilidad al no llevar firmas de especialistas o académicos. Esta limitante, es tan solo un reflejo del mundo institucionalizado en el que vivimos.

- **Su origen comunitario o regional.** Este origen, es a la vez ventaja y desventaja. Los medios alternativos, en especial los ligados con movimientos sociales, han sido creados a la par de procesos regionales, que por ende, involucran a un sector de la población de una nación o del mundo. Es así como apreciamos que la gran mayoría de medios alternativos ligados a movimientos sociales se encuentran limitados a un área de localización geográfica, sin embargo, en los últimos años se han multiplicado las propuestas que intentan agrupar a diversos movimientos, congregándolos por sus causas y no por sus regiones de acción.
- **Su crecimiento y desarrollo los condiciona.** Cuando un medio alternativo comienza a crecer plantea una necesidad de reorganización más cercana al sistema que crítica, y del que es rechazado. Los medios alternativos, en su concepción teórica al ser medios no alineados, se piensan como descapitalizados y desinstitucionalizados, e inclusive desprofesionalizados, lo cual es difícil de conservar cuando los medios crecen velozmente, exigiendo organizaciones más formales, que tarde o temprano caerán en modelos capitalistas e institucionalizados.
- **Los medios de comunicación alternativa,** necesitan de una audiencia alternativa. Una de las funciones de este tipo de medios, que a la vez los limita, es que deben de generar y cultivar un nuevo tipo de audiencia, dispuesta a modificar muchas veces sus hábitos de consumo cultural y autoproclamarse como una audiencia alternativa.
- **Los medios de comunicación alternativa,** son susceptibles al fracaso. Al no estar regidos por la ley del mercado, los medios

alternativos peligran ante las fluctuaciones de los factores esenciales para su funcionamiento: financiamiento, recursos humanos y materiales.

- **Los medios de comunicación alternativa**, pueden ser reproductores del sistema que tanto quieren modificar. Al nacer de individuos que comparten el mundo actual y pertenecen al modelo de vida neoliberal simplemente por el hecho de estar inmersos en él, los medios alternativos corren el riesgo de caer en las mismas prácticas, usos y costumbres que tanto critican y quieren cambiar, quizás de manera inconsciente.

#### **2.1.4.7. La comunicación alternativa, esperanza de un futuro**

La comunicación alternativa, a nuestro entender, es la forma democrática de expresión por excelencia, ya que en su ejercicio honesto, busca la participación social activa partiendo del planteamiento de las verdaderas realidades sociales que aquejan al mundo, para así intentar construir sociedades libres. Los medios alternativos tienen como fin último la búsqueda de la transformación social, y con ello la igualdad. Son respuesta y resistencia implícita al neoliberalismo y al imperialismo cultural, personificando la esperanza como constructores de sociedades más sanas, más justas, plurales y tolerantes, en la que todo individuo tenga cabida.

***Los medios alternativos, en su práctica acertada, tienen la posibilidad de lograr la concientización social y con ello reconfigurar por completo la política sobre todo en la forma en la que ésta se relaciona con los ciudadanos, ya que gracias a su carácter dialéctico, permite comentarios y contribuciones que incrementan la sensación de libertad, comunidad y participación social. De este modo, los medios alternativos parecen actuar como entes que nos acercan a un ideal de democracia. Como hemos visto a lo largo de este escrito, todo medio***

***alternativo busca la transformación o el cambio de la realidad social, siendo este su fin último: por qué y razón de su existencia.*** (PAVÓN, 2011)

En el mundo contemporáneo, el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información, en especial del internet, han permitido la multiplicación de medios alternativos, y con ello la participación de un gran número de individuos y movimientos que pretenden hacerse escuchar para lograr la concientización y con ello la generación de la tan buscada transformación social. Sin embargo, dentro de este boom de medios alternativos, encontramos a muchos que más que alternancia generan confusión, reafirmando lo ya dicho por los medios tradicionales.

Estos medios autodenominados “alternativos”, en su ejercicio diario nada tienen que ver con las características esenciales que un medio de esta naturaleza debiera de poseer, siendo tan solo reproductores externos de los medios tradicionales y de la cultura de masas que aquellos promueven. Recordemos que para que un medio alternativo lo sea, no basta que éste se auto reconozca y auto denomine como tal, sino que en su organización y ejercicio debe de figurar la alternancia social real, la propuesta y la transformación social como fin último. Por ello, consideramos que una de las labores fundamentales de nuestra época en cuanto a comunicación se refiere es conocer y reconocer las fuentes de la información de las que nos alimentamos, para así poder asegurarnos que propuesta nos ofrecen, y con ello comprender cuál es el mundo que nos plantean.

#### **2.1.4.8. Géneros Periodísticos**

***“Un género periodístico es una forma literaria y narrativa que se emplea para relatar cosas de actualidad a través de un medio de comunicación sea escrito, radial, televisivo o visual. La noticia pertenece al género periodístico de información por excelencia, y el artículo de opinión es el más abierto a la subjetividad, pero***

***funciona como un género periodístico muy peculiar y personalizado.***”(Álvarez, 2010)

En la prensa actual, el periodista no se preocupa mucho por elegir estilos y formas de plasmar un acontecimiento a través de una edición, más bien se profundiza de forma total en la investigación y en muchos casos considera que no debería existir ningún misterio en la presentación de lo investigado. Es por eso que se hace necesario la investigación sobre las clases de géneros, ya que su explicación hará notar cual es el más utilizado por autores y comunicadores. Los géneros son las principales sustentaciones de los cuales los periodistas se deben fundamentar para realizar crónicas y noticias reales y convincentes. Estos también facilitarán el proceso de edición y redacción de cada acontecimiento.

#### **2.1.4.9. Clases de textos periodísticos:**

**Géneros informativos:** Son textos que nos transmiten información con la mayor objetividad posible y en los que predomina la denotación y la función representativa entre los que destacan:

- La noticia,
- El reportaje y la
- Entrevista.

Se debe aclarar que en este género periodístico nunca debes estar expuesto el criterio u opinión del periodista.

**Géneros de opinión:** Son textos que ofrecen una interpretación de los hechos y emiten un juicio valorativo sobre un tema. Aquí el lenguaje es mucho más subjetivo y connotativo y, sobre todo, aparecen la función apelativa y la poética. Existen cuatro tipos: el editorial, el artículo de opinión, el comentario y las cartas al director:

- **El editorial:** es un texto argumentativo-expositivo que refleja la opinión de un periódico o revista ante un determinado hecho. Nunca aparece firmado porque se supone que es un texto representativo y exponente de la ideología del periódico.
- **El comentario:** es un artículo de opinión firmado una o columna. Es un texto expositivo-argumentativo en el cual se valoran y explican hechos de la actualidad, en este caso por un solo periodista que lo firma y se hace responsable de lo dicho. Es un artículo de gran calidad literaria, por lo que podemos decir que hay artículos de opinión que son verdaderos ensayos.
- **Las cartas al director:** Son textos argumentativos-expositivos que escribe el lector al director valorando, criticando, algún hecho.

#### 2.1.4.10. El lenguaje periodístico:

##### Rasgos gramaticales:

- Uso frecuente del pretérito imperfecto de subjuntivo en “-ra” con valor de pasado de indicativo (El que fuera presidente del gobierno).
- Empleo del pretérito imperfecto de indicativo en lugar de los pretéritos perfectos simples o compuestos (Esta madrugada la policía asaltaba la casa).
- Utilización del infinitivo fático, es decir, del infinitivo que se usa como verbo principal para encabezar o terminar una comunicación.
- Abundancia de locuciones verbales en lugar de verbos simples (hacer público por “publicar”, dar inicio por “comenzar”). También se suelen

usar las locuciones preposicionales en lugar de las prepositivas (por espacio de por “durante”).

- Uso de las palabras derivadas más largas (concretizar por “concretar”).
- Empleo de estructuras apositivas con eliminación de preposiciones, normalmente por medio de sustantivos separados por guión (relaciones Iglesia-Estado).
- Utilización del presente histórico en los titulares (España sufre una derrota contundente en su partido con Alemania).
- Empleo del condicional de rumor (El presidente se habría reunido con el Rey).
- Frecuencia de las construcciones pasivas, en general “siendo + participio” (El proyecto está siendo elaborado).
- Uso frecuente de estructuras sin verbo en los titulares (Escepticismo en Rusia ante la política europea de seguridad y defensa).
- Reproducción de las citas textuales (Según el presidente, “España va bien”).

#### **Rasgos léxicos:**

- Empleo de tecnicismos (desaceleración económica, decreto-ley).
- Utilización de calcos semánticos (emergencia) y extranjerismos (glamour).
- Aparición y difusión de algunos neologismos (judicializar).

- Uso frecuente de eufemismos (economía sumergida por “fraude económico”).
- Abundancia de frases hechas (dar luz verde, patata caliente)

### **2.1.5. Parroquia de San Francisco de Natabuela**

#### **Idioma**

Castellano y kichwa. Desde hace más de sesenta años el kichwa ha perdido vigencia y en la actualidad la mayoría de la población habla solo el castellano.

#### **Ubicación y territorialidad**

#### **Geopolítica**

En la provincia de Imbabura, cantón Antonio Ante: parroquias Andrade Marín, San Francisco de Natabuela, San José de Chaltura, zona urbano marginal de Atuntaqui; y en el cantón Ibarra, parroquia San Antonio.

El espacio territorial en el cual están asentados se encuentra aproximadamente a 8 kilómetros de la ciudad de Ibarra.

#### **Territorio**

Los Natabuela tuvieron acceso a la tierra a través de la parcelación de la hacienda Anafo, en la cual trabajaron como peones; a cada uno le fue dado un pequeño lote de terreno que, con el tiempo, se fue subdividiendo como producto de herencias sucesivas, aspecto que ha conducido a un grave deterioro de sus condiciones económicas. No tienen tierra comunal; los lotes son individuales pequeños de 500 m cada uno, en promedio.

## **Población y organización social**

No existen datos muy precisos sobre su población. Según diversas fuentes sus pobladores se cuentan entre 10.155 personas y 14 109; esta última cifra corresponde a estimaciones de la organización. Su organización de base está conformada por 17 comunidades.

Esta cultura de mediana estatura, dedicada a las labores del campo, se caracteriza principalmente por sus tradiciones y celebraciones culturales, manifestadas en los meses de abril, julio y octubre. No es menos importante lo vistoso y llamativo de su vestimenta, única en el mundo en el que predomina el excelente bordado hecho a mano y que se le puede apreciar con mayor vistosidad en los días festivos del pueblo.

## **Organización socio-política**

La organización representativa mayor es el consejo de alcaldes y gobernador del pueblo indígena de Natabuela, Cagpin. Al parecer, en contraste con otros pueblos, el pueblo Natabuela supo conservar sus formas tradicionales de organización detrás de las categorías traídas por los españoles, tal como puede observarse en el caso de la figura del gobernador/alcalde (cacique) o del consejo de alcaldes (consejo de ancianos, consejeros).

La célula organizativa es la comunidad y le siguen en importancia el cabildo, el consejo de alcaldes y el gobernador indígena. Las comunidades eligen el presidente del cabildo entre sus miembros. El pueblo Natabuela es miembro de la Conaie.

## **Economía**

Además del trabajo como peones en la hacienda, los Natabuela trabajaban como arrieros. Con la construcción del ferrocarril, y

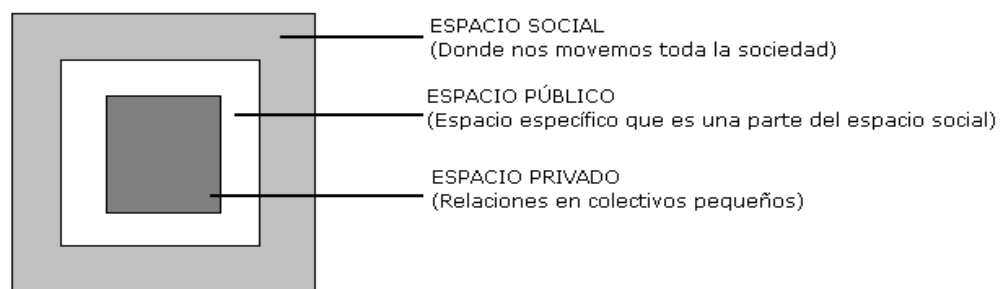


posteriormente con la apertura de la carretera Ibarra -quito se vieron obligados a cambiar de actividad. En la actualidad su economía se basa principalmente en la agricultura, artesanías en madera y confección de prendas bordadas. Otras actividades constituyen la albañilería, pequeños comercios manejados por mujeres y la crianza de animales menores. Existen actividades de beneficio comunal que se las realiza de manera colectiva, a través de la minga. Las mingas comunitarias son fiestas de trabajo; son utilizadas para la construcción de caminos, canales de riego, para apoyarse entre familias en las cosechas, siembras, en la construcción de casas y preparación de matrimonios, donde se manifiesta la solidaridad comunitaria, otro aspecto cultural característico de los Natabuela.

## Opinión Pública

Se puede definir como la suma de una serie de opiniones individuales coincidentes de un grupo social sobre una cuestión de interés en un momento determinado, en la mayoría de los casos, producto de la información presentada por los medios de información.

El concepto “Ciudadanía” ha tomado mucho revuelo en los años noventa, perfilándose como el elemento legitimador esencial que utilizan los Gobiernos: si la ciudadanía manifiesta su voluntad mediante un voto de aprobación en las próximas elecciones, entonces los Gobiernos legitiman sus acciones.



**Fuente:** Opinión Pública <http://goo.gl/1lQ4G>

El autor WillKymlicka atribuye a diferentes causas el auge de este concepto. Agrega que “se trata de una evolución natural del discurso político, ya que el concepto de ciudadanía parece integrar las exigencias de justicia y de pertenencia comunitaria, que son respectivamente los conceptos centrales de la filosofía política de los años setenta y ochenta.

El concepto de ciudadanía está íntimamente ligado, por un lado, a la idea de derechos individuales y, por el otro, a la noción de vínculo con una comunidad particular”. Sea cual fuere la razón, es un hecho que las ciudadanías modernas están demandando cada vez más participación, incluso demostrando su voluntad del “no participar” como un hecho icnográfico del descontento ciudadano ante los actuales canales institucionales comunicativos y participativos.

Opinión pública es un viejo concepto pasado ya de moda. Jürgen Habermas, filósofo de la escuela de Frankfurt, comenta:

“No se trata simplemente de una forma coloquial... que se aferra a ese término; las disciplinas académicas, y en especial el derecho, las ciencias políticas y la sociología, son incapaces de sustituir conceptos tradicionales como... 'opinión pública' por términos más precisos”.

Dos ideas claras que pueden describir a la opinión pública es lo escrito por Elisabeth Noelle Neumann, en el portal web Communication & Society:

- **La opinión pública como racionalidad:** Es instrumental en la formación de opinión y en la toma de decisiones en una democracia.
- **La opinión pública como control social:** Tiene como fin la promoción de la integración social y la garantía de un nivel suficiente de consenso que sirva de base para la adopción de acciones y decisiones.

## **Identidad**

A pesar de haber perdido su idioma, el pueblo Natabuela conserva muchos aspectos esenciales de su cultura que los diferencia de los otros pueblos de la zona. Aparte de las formas organizativas, quizá una de sus características más importantes es la vestimenta.

La práctica de la medicina ancestral conocida como Jambi Yachak. Los Natabuela valoran la presencia y participación de la mujer en todos los aspectos. La música constituye otro elemento cultural que merece especial mención; en la actualidad cuentan con grupos de música y de danza que han asumido el papel de voceros de una cultura histórica, de una manera de ser y de convivir que debe ser conocida, valorada y difundida.

En la actualidad su economía se basa principalmente en la agricultura, artesanías en madera y confección de prendas bordadas. Otras actividades constituyen la albañilería, pequeños comercios manejados por mujeres y la crianza de animales menores.

También realizan actividades de beneficio comunal que se las realiza de manera colectiva, a través de la minga. Las mingas comunitarias son fiestas de trabajo; son utilizadas para la construcción de caminos, canales de riego, para apoyarse entre familias en las cosechas, siembras, en la construcción de casas y preparación de matrimonios, donde se manifiesta la solidaridad comunitaria, otro aspecto cultural característico de los Natabuela.

## **Fiestas**

**Vestimenta:** La mujer utiliza un anaco negro de lana pende de su cintura, todo su cuerpo robusto hecho para la noble función de la maternidad está cubierto por una camisa blanca bordada en su corpiño con flores de

colores y matices diversas que lo diferencian de otras culturas de la misma provincia de Imbabura. Áureas cuentas adornan su cuello y brazaletes de coral sus muñecas. Cubre su espalda con un mantón blanco de fuerte lienzo, y en su cabeza exhibe un sombrero semejante al de su marido pero de diferente forma. Así se lo mira hoy en su parroquia.

El varón con sus pantalones blanquísimos casi hasta los tobillos, con su alba blusa cuyas anchas mangas llegan a los codos, con su poncho de vivos colores y su sombrero de gigantesca y arremangada falda con una cinta de color vivo, generalmente rosa intenso.

**Música:** Constituye otro elemento cultural que merece especial mención; en la actualidad cuentan con grupos de música y de danza que han asumido el papel de voceros de una cultura histórica, de una manera de ser y de convivir que debe ser conocida, valorada y difundida:

- Áreas naturales protegidas y territorios
- Ninguna
- Extracción de recursos naturales en los territorios
- Ninguno

## 2.2. POSICIONAMIENTO TEÓRICO PERSONAL

Luego del análisis de las diferentes teorías esta investigación se fundamenta Filosóficamente en la Teoría Humanista que tiene como objeto de estudio el desarrollo de la personalidad y las condiciones de crecimiento existencial y desarrollo intelectual, enfatizando fundamentalmente la experiencia subjetiva, la libertad de elección y la relevancia del significado individual. La Teoría del Cultivo que dicta que los medios de donde reciben las noticias imponen una mentalidad más temerosa por cómo dicen las noticias. En misa, por ejemplo, si el sacerdote te dice que están robando en las noches, los ciudadanos dejarán de transitar en horario nocturno. Además de mirar con

desconfianza a los ciudadanos que si se atreven a caminar en horario noctambulo. Ahí te están cultivando una mentalidad a través del medio que en este caso puede ser la misa.

Psicológicamente se fundamenta en la Teoría Cognitiva que tiene por objeto de estudio al aprendizaje en función de la forma como éste se organiza, y al estudiante como un agente activo de su propio aprendizaje, donde el maestro es un profesional creativo quien planifica experiencias, contenidos, con materiales cuyo único fin es que el niño logre aprendizajes duraderos.

Pedagógicamente se fundamenta en la Teoría Ecológica Contextual, corriente actualizada que comparte con casi todos los descubrimientos de la teoría cognitiva, pero destaca el papel que juega el contexto histórico, geográfico, ecológico, cultural, social, económico, familiar, escolar, de aula, en el proceso educativo y en el aprendizaje en particular. Sociológicamente se fundamenta en la Teoría Socio- Crítica que concibe como principio esencial las múltiples dimensiones del desarrollo integral del ser humano, revaloriza la cultura y la ciencia acumulada por la humanidad, reivindica al individuo como centro del proceso de aprendizaje. Legalmente se fundamenta en la Constitución de la República vigente, en la Ley Organiza de Comunicación (LOC), Código Orgánico Integral Penal (COIP) y en las normas éticas que rigen al periodismo.

### **2.3 INTERROGANTES DE LA INVESTIGACIÓN**

- ¿Cuáles serán los medios de comunicación alternativos utilizados en la población de la parroquia San Francisco de Natabuela?
- ¿Para qué proponer referentes conceptuales sobre la comunicación alternativa y su incidencia en la población?

- ¿Para qué diseñar una propuesta comunicacional alternativa para la difusión de contenidos periodísticos educomunicacionales?
- ¿Cómo socializar la propuesta con el Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia San Francisco de Natabuela, clubes deportivos y organizaciones sociales?

### 2.3. GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Articulación.** Término fonético que en el contexto de este programa se refiere a la pronunciación clara y definida de los sonidos en la expresión oral.

**Campo léxico.** Conjunto de palabras que comparten uno o varios rasgos de significado semejantes p.e: perro, gato, gallina, león., pueden agruparse en el campo léxico animales., así también perro, gato, gallina pueden formar el campo léxico animales domésticos, o perro, gato león, tigre son animales mamíferos. También se conoce como campo semántico.

**Código** Conjunto limitado y arbitrario de símbolos que organizados permiten la producción de mensajes. Hay códigos lingüísticos como la lengua oral y escrita y códigos no lingüísticos, como las señales, los gestos, los dibujos.

**Contexto.** Factor determinante para comprender el significado de un texto o enunciado. El contexto se refiere a los rasgos relevantes de la situación comunicativa. El contexto cognitivo refleja la experiencia acumulada y estructurada por los sujetos, el contexto cultural a las visiones del mundo compartidas por los participantes en el acto social comunicativo.

**Debate** Dinámica de interacción comunicativa grupal en la cual se realiza

la discusión de un tema a través de la defensa de puntos de vista diferentes sobre el mismo tópico.

**Discriminación** Proceso que consiste en separar, diferenciar y organizar elementos de acuerdo con criterios específicos.

**Sociolingüística...** Disciplina lingüística que estudia las relaciones entre el lenguaje y los comportamientos sociales. En este sentido se ocupa de la descripción de las normas sociales que determinan el comportamiento lingüístico. Otro de sus temas fundamentales es el estudio de las variaciones lingüísticas vinculadas con comportamientos sociales y la relación del lenguaje con los diferentes contextos comunicacionales.

**Teoría del texto.** Esta teoría lingüística considera el texto como unidad fundamental de la comunicación humana y como unidad de análisis lingüístico. Da cuenta de los textos con una visión global y socio funcional, puesto que recupera el sentido de lo textual de la comunicación lingüística en la vida cotidiana.

**Texto.** Unidad fundamental en el proceso de comunicación tanto oral como escrito que posee carácter social. Está caracterizado por su cierre semántico y comunicativo, así como por su coherencia profunda y superficial en estrecha relación con su intencionalidad.

**Texto argumentativo.** Texto que presenta los hechos como argumentos para apoyar una conclusión a través de la cual el autor expresa una opinión, un objetivo, una idea. La intención del autor es convencer al lector o al oyente de su posición. Esta estructura se caracteriza por el uso de recursos persuasivos que brindan al texto un cariz emotivo, subjetivo, que no está presente en la estructura expositiva.

**Texto descriptivo.** Texto en el cual se enumeran los atributos,

propiedades o rasgos de cosas, personas o situaciones desde la posición del espectador capaz de captar características.

**Texto expositivo.** Texto orientado a la función informativa que pretende ofrecer hechos y conceptos de manera objetiva.

**Texto instruccional.** Texto con el cual se orienta la conducta del receptor para dar cumplimiento a determinadas órdenes o sugerencias.

**Texto narrativo.** Texto en el cual el emisor ordena hechos en torno a un eje temporal, relata acciones y acontecimientos.

**Tipos de texto.** Diferentes formas que adopta el texto de acuerdo con su funcionalidad y significado. Reconocemos textos narrativos del tipo cuento, novela, fábula o instruccionales como receta, reglas del usuario, o textos argumentativos como artículo periodístico o informes.

**Prosopagnosia.** Es una forma específica de agnosia visual, caracterizada por una incapacidad de reconocer los rostros



## **CAPÍTULO III**

### **3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.**

#### **3.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.**

La presente investigación se enmarca en la educación propositiva ya que se plantea la creación de un medio alternativo con contenidos periodísticos para la difusión de la Parroquia de Natabuela.

También permitirá solucionar problemas destacados en el diagnóstico. Además se utilizará una investigación documental.

##### **3.1.1 INVESTIGACIÓN DE CAMPO.**

Es una investigación de campo porque se realizó a los involucrados como son los pobladores de la parroquia de Natabuela que están implicados directamente con la investigación.

##### **3.1.2. INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA.**

Esta investigación estuvo basada en las consultas realizadas en bibliotecas y se realizaron consultas online mediante e-books y bibliotecas virtuales, artículos de publicaciones especializadas.

Toda esta información permitió tener una visión más amplia entorno a los fundamentos inherentes a nuestro tema de investigación.

### **3.1.3. PROYECTO FACTIBLE.**

Esta investigación es un proyecto factible ya que se contó con el apoyo de los docentes, directivos de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte.

También fue factible porque permitió realizar grandes cambios a los esquemas tradicionales de la comunicación

## **3.2. MÉTODOS**

En esta investigación se utilizaron los siguientes métodos:

### **3.2.1. MÉTODOS TEÓRICOS:**

Entre los métodos teóricos empleados estuvieron:

#### **3.2.1.1. Método Analítico**

El método analítico permitió realizar un análisis de los problemas que existen en la Parroquia de Natabuela, desarrollando una revisión permanente en todo el proceso investigativo, para obtener información para realizar productos comunicacionales alternativos.

#### **3.2.1.2. Método Sintético.**

A través de la síntesis de los datos a obtenerse, este método contribuyó a comprobar los interrogantes de la investigación previamente expuestos y así lograr una mejor solución al problema general.

### **3.2.1.3. Método Estadístico**

Este método se utilizó en la tabulación de datos, elaboración de porcentajes.

## **3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

En lo referente a las técnicas se utilizó los siguientes:

**La Entrevista.**-permitió entrevistar a los directivos de la Parroquia de Natabuela, y conocer sus intereses, expectativas, logros de objetivos y dificultades en la difusión la parroquia.

**La Encuesta.**-permitió recopilar información sobre intereses, inclinaciones, percepciones, opiniones y buscar mecanismos de solución.

**El Cuestionario.**-permitió recopilar información a través de preguntas objetivas en las cuales el encuestado pudo tener algunas opciones para responder y así poder saber con más precisión.

**La Observación.**-permitió poder palpar y conocer de cerca la realidad que viven a diario los pobladores de la parroquia de Natabuela que fueron objeto de investigación y ayudo a tener un enfoque más claro.

**3.4. POBLACIÓN.**-Estuvo conformada por 14109 habitantes de la parroquia de Natabuela

**3.5 MUESTRA** Se ha tomado como muestra a 115 pobladores de la parroquia de Natabuela, aplicando la siguiente fórmula que se detalla a continuación:

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

n = Tamaño de la muestra.

PQ = Varianza de la población, valor constante = 0.25

N = Población / Universo

(N-1) = Corrección geométrica, para muestras grandes >30

E = Margen de error estadísticamente aceptable:

0.02 = 2% (mínimo)

0.3 = 30% (máximo)

0.05 = 5% (recomendado. en educación.)

K = Coeficiente de corrección de error, valor constante = 2

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

$$n = \frac{0.25.14.109}{(14.109-1)\frac{0.3^2}{2^2} + 0.25}$$

$$n = \frac{3527.25}{(14.108)\frac{0.09}{4} + 0.25}$$

$$n = \frac{3527.25}{(14.108)\frac{0.09}{4} + 0.25}$$

$$n = \frac{3527.25}{30.768}$$

$$n = 114.88$$

$$n = 115$$

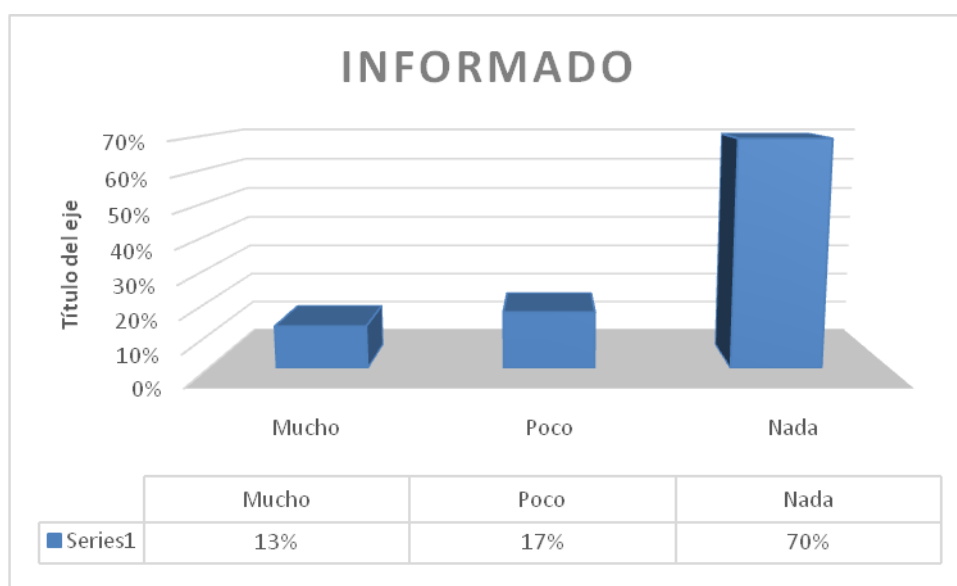
Se aplicaron la encuesta a 115 pobladores de la parroquia de Natabuela.

## CAPÍTULO IV

### 4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

1.- ¿Cree usted que está informado sobre lo que ocurre en la parroquia?

Indicador	Frecuencia	% Frecuencia
Mucho	15	13%
Poco	20	17%
Nada	80	70%
Total	115	100%

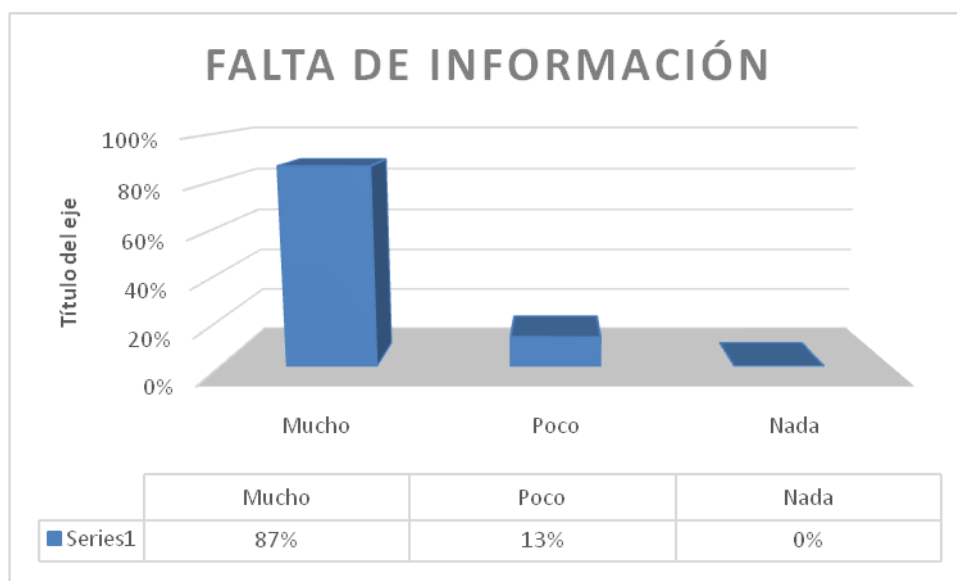


### INTERPRETACIÓN

La mayoría de encuestados sobre si está informado sobre lo que ocurre en la parroquia respondieron que nada, debido a que la comunicación se lo hace solo con el micrófono de la iglesia y solo de asuntos eclesíásticos.

## 2.- ¿Cree usted qué hace falta información sobre la parroquia de Natabuela?

Indicador	Frecuencia	% Frecuencia
Mucho	100	87%
Poco	15	13%
Nada	0	0%
Total	115	100%

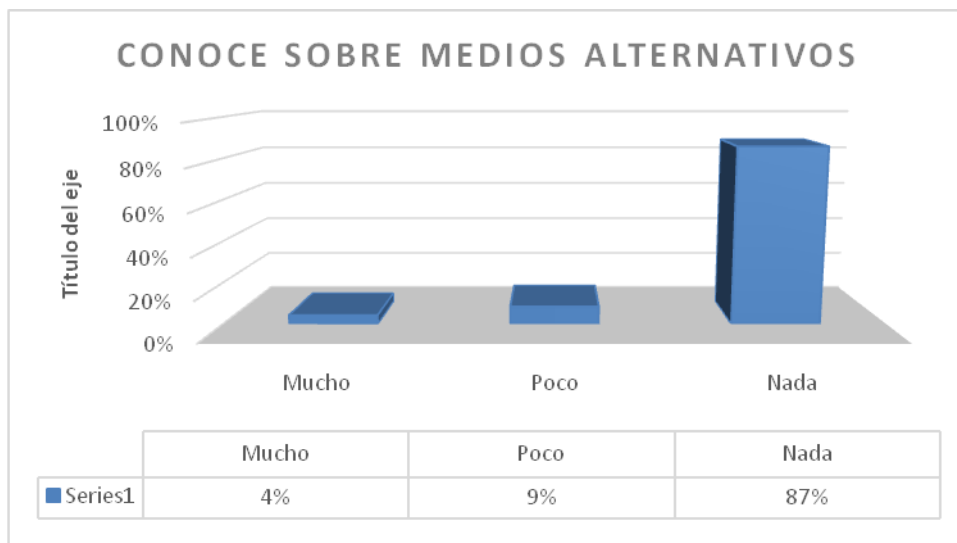


### INTERPRETACIÓN

La mayoría contestaron que Mucho sobre si cree qué hace falta información sobre la parroquia de Natabuela, lo que evidencia la ausencia de comunicación sobre asuntos que influyen en el desarrollo de la comunidad.

### 3.- ¿Conoce usted el termino medios alternativos?

Indicador	Frecuencia	% Frecuencia
Mucho	5	4%
Poco	10	9%
Nada	100	87%
Total	115	100%



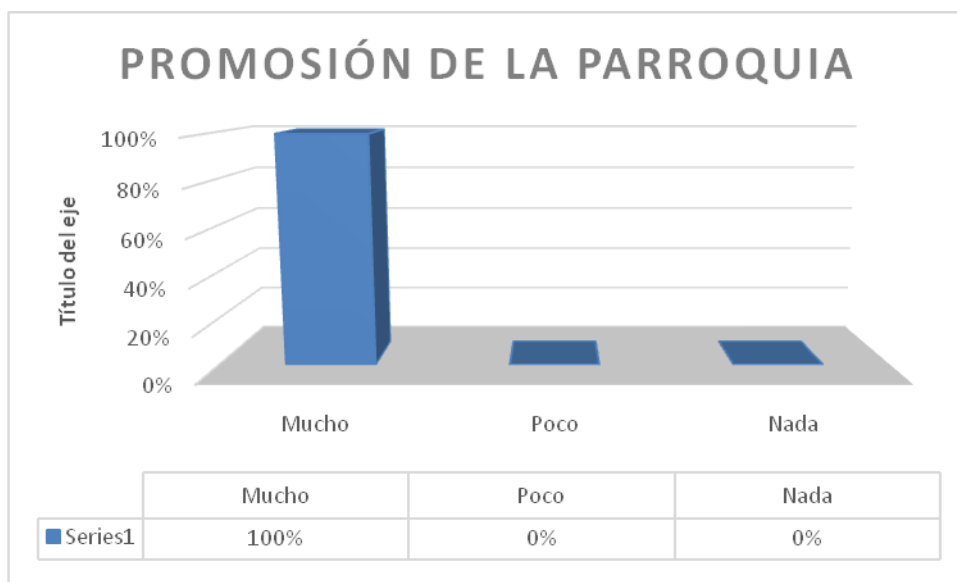
### INTERPRETACIÓN

En un gran porcentaje de los encuestados dijeron que no conocen nada sobre medios alternativos de comunicación, por lo que se ve que es necesario realizar un trabajo de capacitación con los miembros de la comunidad sobre este tema.



#### 4.- ¿Le gustaría que se promocióne de mejor manera la parroquia San Francisco de Natabuela?

Indicador	Frecuencia	% Frecuencia
Mucho	115	100%
Poco	0	0%
Nada	0	0%
Total	115	100%

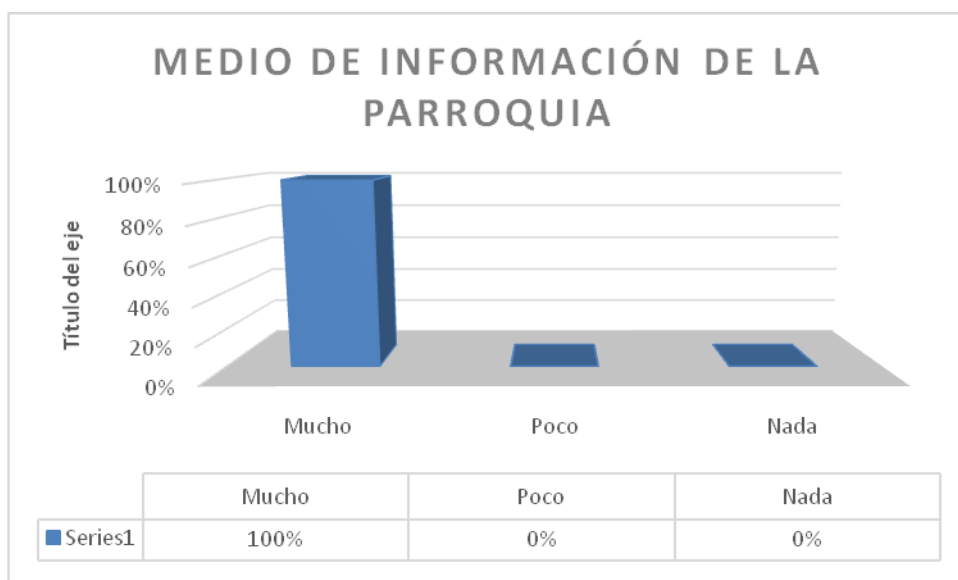


#### INTERPRETACIÓN

En su totalidad los encuestados dijeron que mucho les gustaría que se promocióne de mejor manera la parroquia San Francisco de Natabuela, para que exista un verdadero desarrollo social y una promoción permanente de este sector de la provincia de Imbabura.

**5.- ¿Cree usted que con un medio de información de la parroquia se enteraría mejor de las actividades del Gobierno Autónomo Descentralizado de Natabuela?**

Indicador	Frecuencia	% Frecuencia
Mucho	115	100%
Poco	0	0%
Nada	0	0%
Total	115	100%

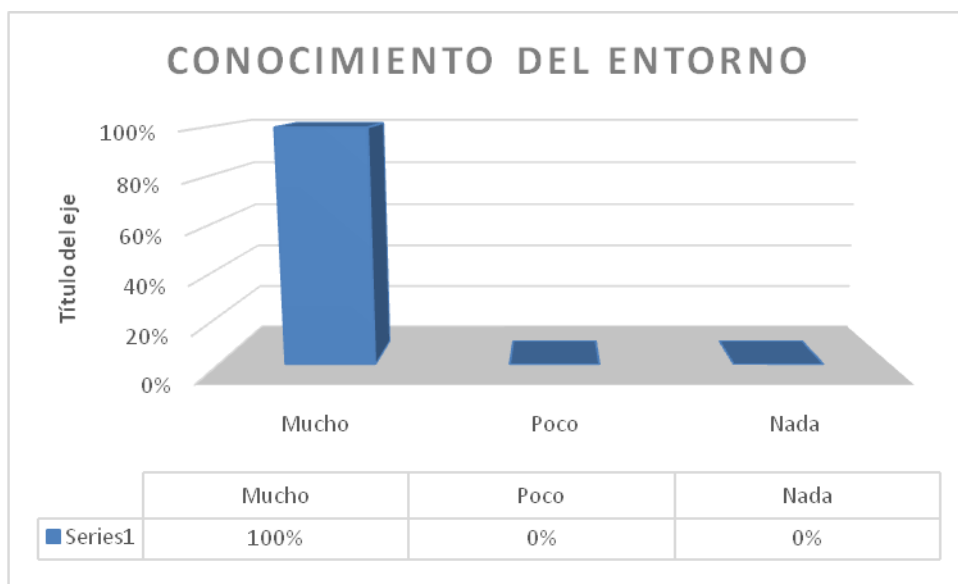


### **INTERPRETACIÓN**

En su totalidad respondieron que mucho por lo que se interpreta que con un medio de información alternativo en la parroquia se enteraría mejor de las actividades del Gobierno Autónomo Descentralizado de Natabuela.

## 6.- ¿Le gustaría conocer lo que ocurre en su entorno?

Indicador	Frecuencia	% Frecuencia
Mucho	115	100%
Poco	0	0%
Nada	0	0%
Total	115	100%

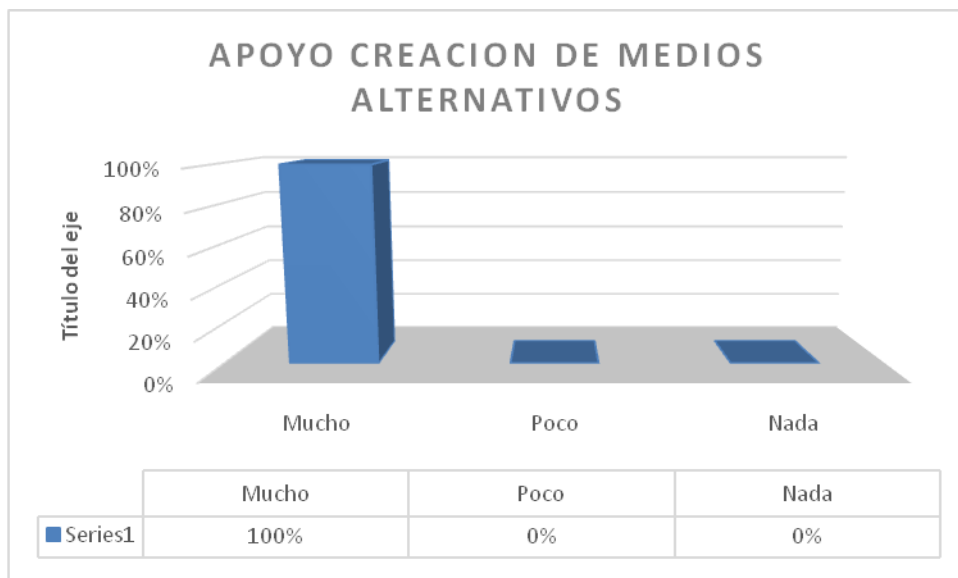


### INTERPRETACIÓN

En su totalidad la comunidad respondieron que mucho les gustaría saber lo que ocurre en el entorno, por lo que se verifica que es de suma importancia buscar alternativas de comunicación dentro de la comunidad de Natabuela.

## 7.- ¿Apoyaría usted la creación de un medio alternativo de difusión en redes sociales?

Indicador	Frecuencia	% Frecuencia
Mucho	115	100%
Poco	0	0%
Nada	0	0%
Total	115	100%

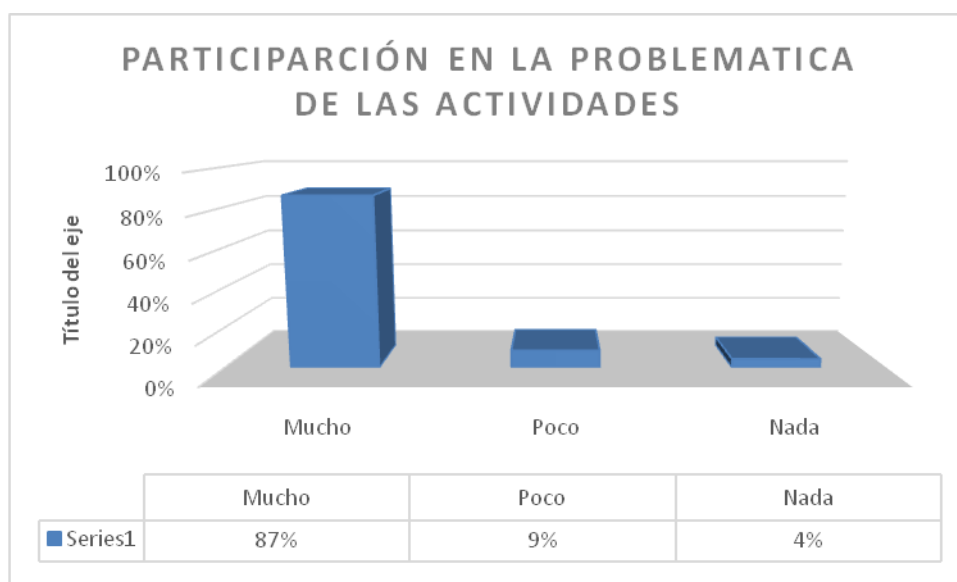


### INTERPRETACIÓN

La mayoría de encuestados dijeron que mucho apoyaría a la creación de un medio alternativo de difusión en redes sociales, lo que se interpreta de que hay la necesidad de que exista mayor difusión del entorno comunitario en un medio alternativo.

## 8.- ¿Le gustaría participar en la problemática de las actividades de la parroquia?

Indicador	Frecuencia	% Frecuencia
Mucho	100	87%
Poco	10	9%
Nada	5	4%
Total	115	100%

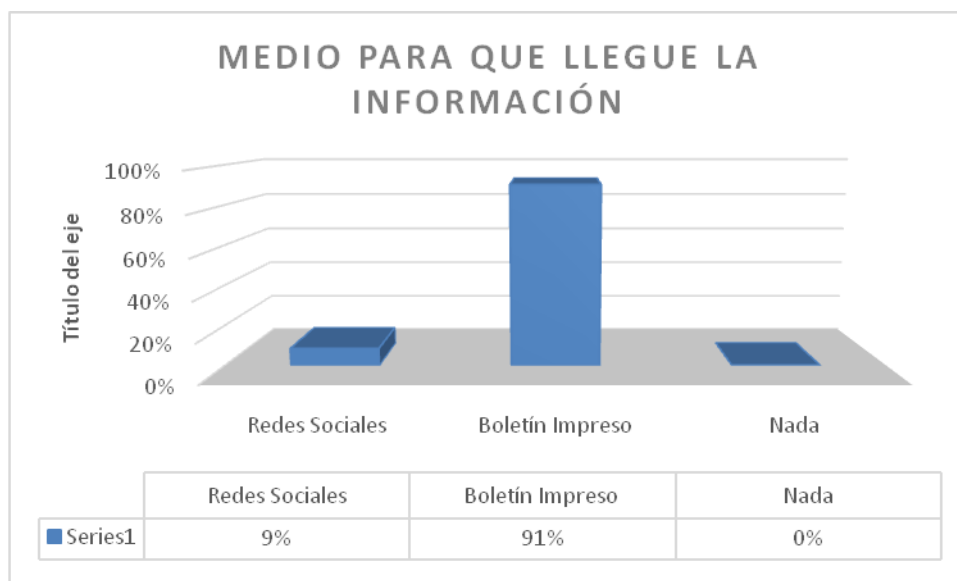


### INTERPRETACIÓN

En una gran mayoría de los encuestados respondieron que mucho Le gustaría participar en la problemática de las actividades de la parroquia, lo que se puede visibilizar que para cualquier proyecto que sea en mejoras de la comunidad, ésta esta presta a colaborar.

## 9.- A través de qué medio le gustaría que le llegue la información

Indicador	Frecuencia	% Frecuencia
Redes Sociales	10	9%
Boletín Impreso	105	91%
Nada	0	0%
Total	115	100%

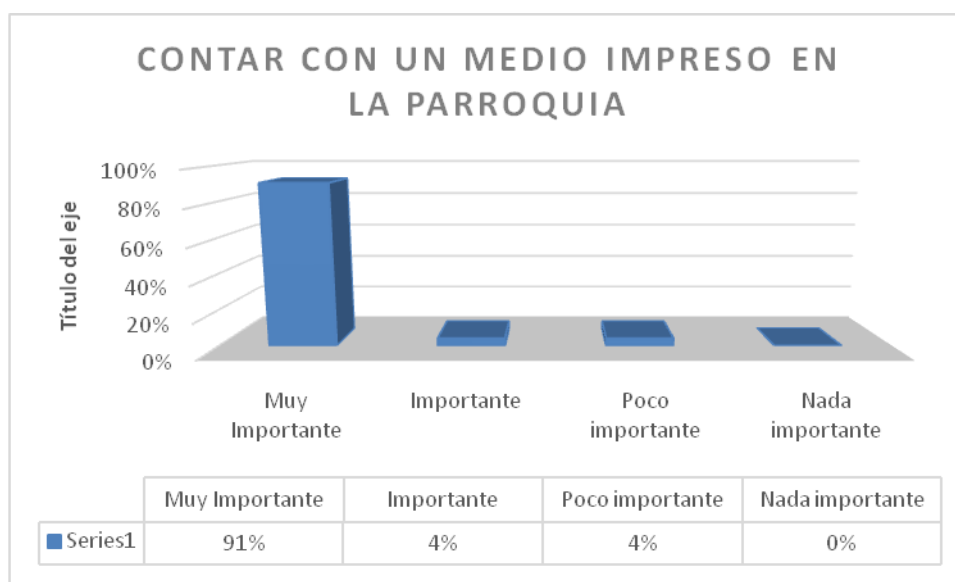


### INTERPRETACIÓN

En su mayoría les gustaría que la información llegue a través de Boletín Informativo, esto hace ver que la población está más acostumbrada a ver medio de comunicación escrita pero no hay que descartar que poco a poco se vaya difundiendo la realidad social en medios de difusión tecnológico como son las redes sociales.

**10.- ¿Cree usted que sería importante contar con un medio Impreso en la parroquia?**

Indicador	Frecuencia	% Frecuencia
Muy Importante	105	91%
Importante	5	4%
Poco importante	5	4%
Nada importante	0	0%
Total	115	100%



**INTERPRETACIÓN**

En su totalidad la población contesta que es muy importante contar con un medio Impreso en la parroquia lo que en realidad sería una propuesta comunicacional alternativa para la difusión de contenidos periodísticos educomunicacionales para contribuir con el desarrollo social.

## ANÁLISIS DE RESULTADOS

Gracias a los medios de comunicación masivos la sociedad puede estar informada. La escasez o falta de ellos repercute en el nivel informativo de cada ser humano.

El desconocimiento de la realidad genera una especie de prosopagnosiasocial que conlleva a tomar decisiones erróneas a un ciudadano. Por ejemplo, en Natabuela se desconoce los símbolos cívicos locales (bandera, escudo e himno) que forman parte de la identidad de este pueblo. Al desconocer estos símbolos, también se desconoce parte de la identidad.

A diferencia de los medios de comunicación tradicionales –radio, prensa- televisión- la comunicación alternativa está pensada con fines sociales y no económicos o políticos.

La presencia de un medio de comunicación local, que difunda los hechos, historias y atractivos de la parroquia permitirá promocionar la zona desde distintos ámbitos. Estos pueden ser comerciales, turísticos, sociales e incluso educativos.

Al contar con una ciudadanía informada sobre lo que ocurre en su localidad, permitirá fortalecer las decisiones y opiniones sobre y acerca de sus gobernantes.

Pese a ser un territorio pequeño su habitantes no conocen toda su realidad. El entorno en ocasiones se vuelve desconocido para sus pobladores debido al desconocimiento de lo que ocurre en el mismo.

El criterio social es unánime frente al apoyo y respaldo que brindarían como sociedad a la creación y difusión de un medio de comunicación local. En especial que esté conformado por miembros de su parroquia.



Con algo de distancia frente a la toma de decisiones los pobladores de Natabuela se muestran, en su mayoría con positivismo a la hora de enfrentar problemáticas locales y tomar decisiones para solucionarlas.

Los ciudadanos prefieren recibir la información a la manera antigua. Es decir, mediante papel y no en redes sociales.

Por esta razón los ciudadanos creen que es importante contar con un medio de comunicación impreso en la localidad y para la localidad.

## **CAPÍTULO V**

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

#### **5.1. CONCLUSIONES.**

- Los medios de comunicación tradicionales en la parroquia San Francisco de Natabuela no influyen a ningún nivel en el desarrollo social.
- No existen medios que impulsen la comunicación alternativa para la difusión de contenidos periodísticos mediante estrategias de promoción sobre el desarrollo social en la parroquia San Francisco de Natabuela.
- No existen los medios de comunicación alternativos que utilizan en la población de la parroquia San Francisco de Natabuela, solo cuentan con el parlante de la iglesia.
- Existe la factibilidad de crear medio de comunicación alternativa que fomente la generación de contenidos periodísticos, para la población de la parroquia.
- No hay una propuesta una propuesta comunicacional seria alternativa para la difusión de contenidos periodísticos educomunicacionales

## **5.2. RECOMENDACIONES.**

- Que los miembros del cabildo asuman con seriedad la comunicación en la parroquia San Francisco de Natabuela para que influya en gran nivel en el desarrollo social.
- A los representantes de la comunidad que impulsen la comunicación alternativa para la difusión de contenidos periodísticos mediante estrategias de promoción y permitan el desarrollo social de la parroquia San Francisco de Natabuela.
- A la población que haga parte de sí el desarrollo social ya que hay la factibilidad de crear medio de comunicación alternativa que fomente la generación de contenidos periodísticos, para la población de la parroquia.
- Que se elabore una propuesta comunicacional alternativa para la difusión de contenidos periodísticos educomunicacionales para solucionar el problema.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. PROPUESTA ALTERNATIVA**

#### **6.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA.**

IMPLEMENTAR MEDIOS DE DIFUSIÓN ALTERNATIVOS (REDES SOCIALES Y BOLETÍN QUINCENAL) DE DIFUSIÓN EN BASE A LOS CONTENIDOS PERIODÍSTICOS QUE SE GENEREN EN LA PARROQUIA SAN FRANCISCO DE NATABUELA.

#### **6.2. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.**

Natabuela es una de las seis parroquias del cantón Antonio Ante, que a su vez es el más pequeño en comparación a los seis cantones de la provincia de Imbabura.

La parroquia está situada entre los 2.500 metros de altura sobre el nivel del mar y está ubicado aproximadamente a 8 kilómetros de la ciudad de Ibarra.

Según relata la historia, el pueblo Natabuela nace tras la parcelación de la hacienda Anafo, en la cual trabajaron sus pobladores como peones; a cada uno le fue entregado un pequeño lote de Terreno que, con el tiempo, se fue subdividiendo debido a las herencias.

Natabuela está conformada por 17 comunidades y le siguen en importancia el Cabildo, el Consejo de Alcaldes y el Gobernador Indígena.

Las comunidades eligen cada año al presidente del Cabildo entre los miembros de la sociedad.

La organización representativa mayor es el Consejo de Alcaldes y el Gobernador del Pueblo Indígena de Natabuela, CAGPIN. Al parecer, en contraste con otros pueblos, el pueblo Natabuela supo conservar sus formas tradicionales de organización detrás de las categorías traídas por los españoles, tal como puede observarse en el caso de la figura del Gobernador/Alcalde (Cacique) o del Consejo de Alcaldes (Consejo de Ancianos, Consejeros).

Además, al igual que todas las parroquias del Ecuador, se posee al Gobierno Autónomo Desacralizado, actualmente liderado por el señor Jorge Siza.

La parroquia posee atractivos turísticos poco explotados. Entre los principales destaca su gastronomía y ubicación geográfica. Situado en las faldas del Volcán Imbabura, Natabuela es un paso casi obligado para subir a la montaña. Desde Natabuela se puede apreciar 'el rostro' del volcán.

En la gastronomía destaca los cuyes y el mote con hornado que especialmente los comerciantes de Los Óvalos expenden en los mercados de la provincia. Al aplicar adecuadamente la comunicación en la parroquia se puede informar adecuadamente a los ciudadanos de Natabuela sobre sus beneficios y obligaciones.

Por otras parte desde le medio de comunicación se puede fortalecer los conocimientos humanos mediante la educomunicación permitiendo promover el desarrollo académico en las comunidades de la parroquia. De acuerdo con los géneros periodísticos se puede realizar importante material informativo de Natabuela aplicando varios recursos como son las infografías o las entrevistas, fotografías y audio y video de la comunidad.

Para ello se realizó el estudio para identificar qué y cómo la sociedad desearía recibir la información.

### **6.3. FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA.**

Según Chiara Sáez Baeza en su estudio "Comunicación alternativa y comunicación para el cambio social democrático: sujetos y objetos invisibles en la enseñanza de las teorías de la comunicación" explica que el ámbito de la comunicación alternativa agrupa a los diversos modos de discurso presentes en la esfera pública que no forman parte de la esfera burguesa a la que se oponen y de la que a menudo son excluidas-, sino que configuran más bien un espacio "plebeyo" (Habermas, 2002), en el cual se expresan los deseos de todos aquellos sujetos y colectivos que, por razones de clase, etnia o género, entre otras, no son reconocidos como interlocutores válidos en el ámbito dominante. La Comunicación Alternativa es aquella que permite integrar a todos los miembros de una sociedad sin importar sus condiciones políticas, sociales, económicas o físicas, permitiéndoles participar activamente a todos en la construcción de una verdadera Sociedad del Conocimiento. En este sentido es necesario emprender en formas de comunicación alternativa, para difundir los aspectos científicos, educativos, sociales, tecnológicos, ecológicos, turísticos, filosóficos, psicológicos en los que está inmersos los habitantes de Natabuela.

### **6.4. OBJETIVOS:**

#### **6.4.1. OBJETIVO GENERAL**

Mejorar la comunicación entre ciudadanos de la parroquia San Francisco de Natabuela, a través de un boletín informativo de circulación quincenal y la publicación del mismo en redes sociales.

#### **6.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Fomentar la integración de la población, autoridades y visitantes.
- Aplicar los distintos géneros periodísticos en la elaboración del boletín quincenal y difusión en redes sociales.
- Mantener informada a la población en general y posicionar la cultura y atractivos turísticos de la zona.
- Socializar la propuesta con el Gobierno Autónomo Descentralizado de Natabuela, organizaciones sociales y clubes.

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

La propuesta comunicacional alternativa se llevó a cabo en la parroquia rural de San Francisco de Natabuela, del cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura, con el apoyo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Natabuela y miembros de organizaciones sociales.

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

La elaboración de boletín informativo “Hechos” y su difusión adicional en redes sociales, 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, sociales, culturales y políticos.

“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

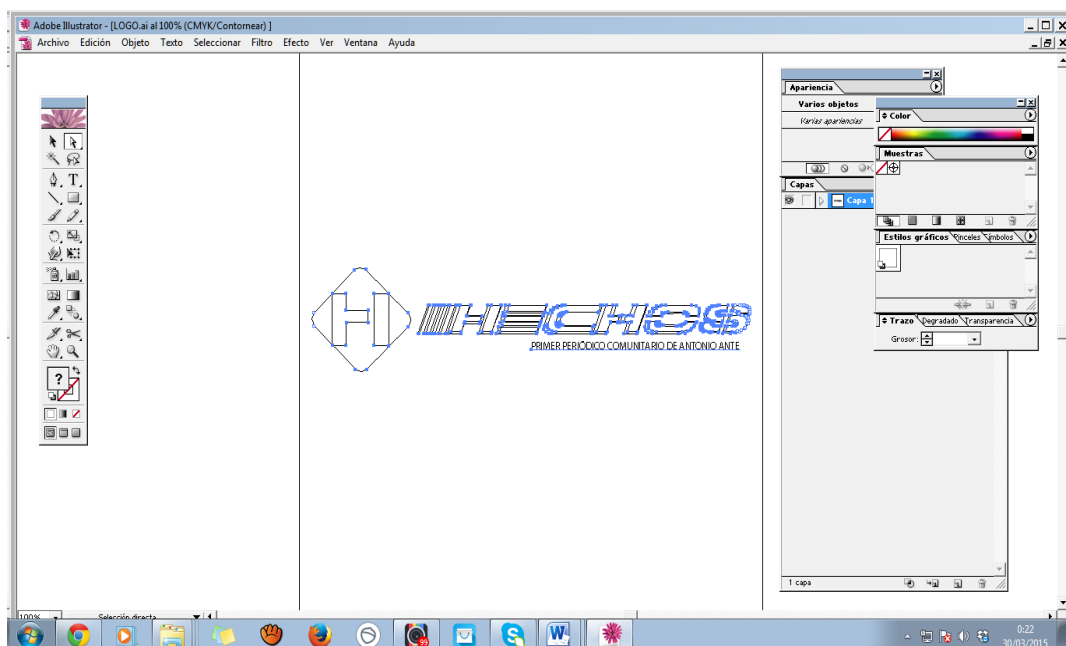
con contención, valores como la Solidaridad como valor moral pero también un componente funcional (nadie puede vivir mejor si su entorno no mejora sensiblemente de manera generalizada).

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 propuesta Hechos, aplicando los distintos géneros periodísticos de acuerdo a las necesidades investigadas.

**El nombre:** El boletín informativo se llama Hechos debido a las siguientes razones.

- La noticia que se difunda debe estar contada desde el lugar de los hechos y basados en ellos y no en especulaciones o rumores.
- Se intenta desde la marca difundir confianza en los ciudadanos.
- Recuerda a los colaboradores que el objetivo es difundir hechos y no supuestos.





**El formato:**

El formato del boletín se seleccionó según consultas boca a boca a los pobladores resultado del cual se tomó la decisión del formato A4.

**La periodicidad:**

En el caso del boletín informativo la periodicidad con la cual se espera circule el boletín informático es cada 15 días pero a su vez manteniendo constantes actualizaciones de las redes sociales.

Además los 15 días permitirán recabar la información necesaria para plasmar en la siguiente publicación. Se tomará muy en cuenta las fechas a circular para estar acordes a la actualidad. Por ejemplo en el caso que se acercará la navidad, se prepararía un especial navideño con las actividades que se tiene previsto realizar por la época.

Los martes de cada semana se reúnen los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado de Natabuela, momento oportuno para que los integrantes del GAD rindan cuentas sobre las actividades que realizan para el desarrollo de la parroquia.

**Actualización de redes sociales:**

De acuerdo a un estudio sobre las principales redes sociales en Ecuador por el sitio web Alexa.com propiedad de Amazon (Para el caso de ranking web) y QuantcastDe existen 8,5 millones de usuarios de Internet en Ecuador, Facebook continúa siendo el líder absoluto habiendo captado a 8,1 millones de usuarios en el país al 22 de enero de 2015, de los cuales el importante porcentaje del 69 % ingresan desde dispositivos móviles según Facebook.com/Advertising), sin embargo no podemos depender solo de esta red y no entender y considerar a otras que son parte del estilo de vida del consumidor y usuario digital.

Twitter por ejemplo es una red que genera mucha interacción, visitas recurrentes a la red y consumo intensivo de noticias, actualidad, comunicación y servicio al cliente. Cuenta con un promedio de 2'000.000 de usuarios en Ecuador a enero de 2015, de los cuales el 53 % en promedio utiliza la red social desde dispositivos móviles. (Fuente: Twitter Advertising plataforma móvil y escritorio referencia de segmentación máxima en Ecuador cualquier género, cualquier idioma, todos los dispositivos, usuarios similares a las cuentas con mayor número de seguidores y 80 intereses en Ecuador).

	<b>RANKING REDES SOCIALES WEB ECUADOR ENERO 2015</b>	
1	Facebook.com	
2	Youtube.com	
3	Twitter.com	
4	Ask.fm	
5	Instagram.com	
6	Slideshare.net	
7	Linkedin.com	
8	Scribd.com	
9	Pinterest.com	
10	Badoo.com	
11	Tumblr.com	
12	Twoo.com	
13	Hi5.com	
14	Tagged.com	
15	Flickr.com	

FUENTE: FORMACIÓN GERENCIAL INTERNACIONAL Y RANKING ALEXA 4 DE ENERO DE 2015. DATOS REFLEJAN VISITAS WEB, NO INCLUYEN INFORMACIÓN DE APLICACIONES MÓVILES. TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS.

En este contexto, Hechos será difundido en tres redes sociales que se encuentran liderando el ranking nacional del social media. Cabe aclarar que en la actualidad el uso de las redes sociales no son conocidas debida a la falta de lugares públicos o privados que brinden el servicio cyber café.

Por esta razón se fomenta el uso adecuado del internet y a su vez la incrementación de su manejo.

Según el estudio realizado el uso de estas herramientas informativas no están ampliamente utilizadas. Pese a estar en la era digital.

Hechos promueve el uso de las redes sociales en la localidad. Pero se justifica el uso de las misas al tener en claro que lo señalado anteriormente en el informe de Alexa.com.



Para darle vida en el mundo online, Hechos estará en gran medida trabajando de forma autónoma. Para ello se trabajará con las plataformas IFTT y Hootsuite que nos permiten automatizaciones gratuitas.

Por mencionar algunas, gracias a IFTT Hechos informará diariamente sobre la hora que saldrá y se ocultará el sol, estado del clima y cada hora una red social se actualizará.

Por ejemplo, si se actualiza el estado de Facebook con una publicación sobre el origen de la palabra Natabuela, en una hora el mismo estado se actualizará en Twitter y luego de otra hora más en Google+.

De esta manera las redes sociales estarán activas sin necesidad de tener las 24 horas a una social media o comunique manager. Cabe recalcar que IFTT provee de interesantes programaciones que bajo el mismo esquema señalado de 60 minutos actualizará las redes sociales.

Secciones (boletín impreso)

- Política
- Cultura
- Actualidad
- Leyendas
- Deportes

Asimismo, se añadirían esporádicamente dos secciones extras para consolidar a Hechos y mostrar calidad informativa:

- Seguridad
- Crónica periodística (historias humanas bien contadas)

Géneros periodísticos:

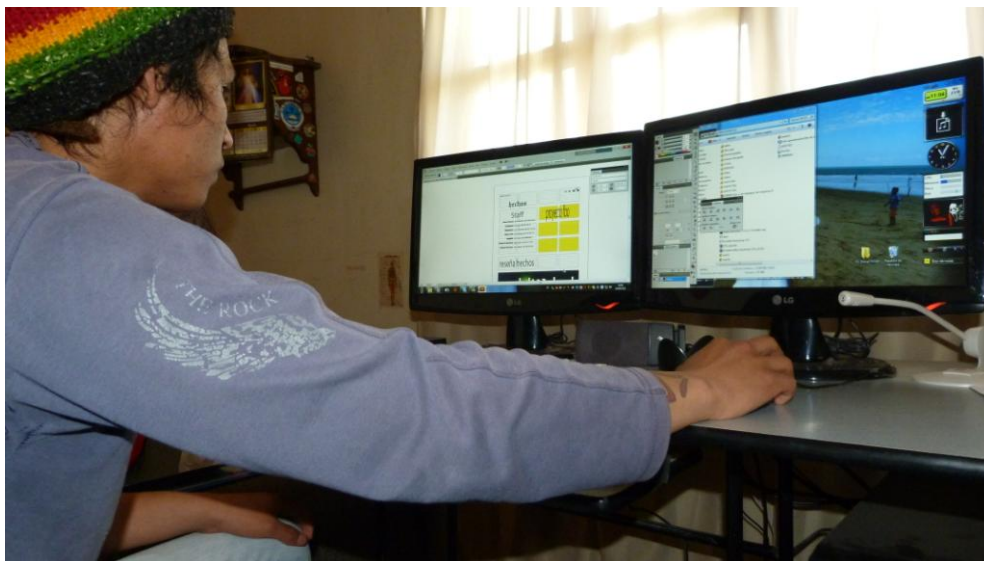
- Noticia
- Entrevista
- Crónica
- Fotoreportaje

Diagramación y diseño

La Diagramación de Hechos se la realizó con:

- Adobe Illustrator
- Adobe Photoshop
- Adobe InDesign y
- Quark Xpress

En cuanto al diseño ya se trabaja en dos nuevas propuestas con dos diseñadores gráficos de la comunidad Los Óvalos poblado de la parroquia Natabuela.



### **Manual de estilo:**

Según Ricardo Roca, conocido como el hombre que desafía al diccionario, los manuales de estilo son el resultado de la importancia que ha obtenido la prensa en la sociedad.

Según Roca, en el periodismo se debe disponer de datos que fijen instrucciones precisas, claras, sólidas que permitan utilizar el lenguaje correcto. Cabe recordar que el manual de estilo contempla todas las normas lingüísticas y de estilo

### **Parámetros lingüísticos y estilísticos**

Toda publicación pasará por mi persona en calidad de filtro ortográfico, estilístico y periodístico.

Hechos se escribirá así:

- Sin “queísmos”. En la redacción se evitará la conjugación “que” especialmente en citas textuales de los entrevistados. Ejemplo: Galo Álvarez, señaló que “cualquier alumno es capaz de hacer la tesis”. La forma correcta será: Galo Álvarez señaló, (coma y abre comillas

reemplazando la conjugación que) “cualquier alumno es capaz de hacer la tesis”.

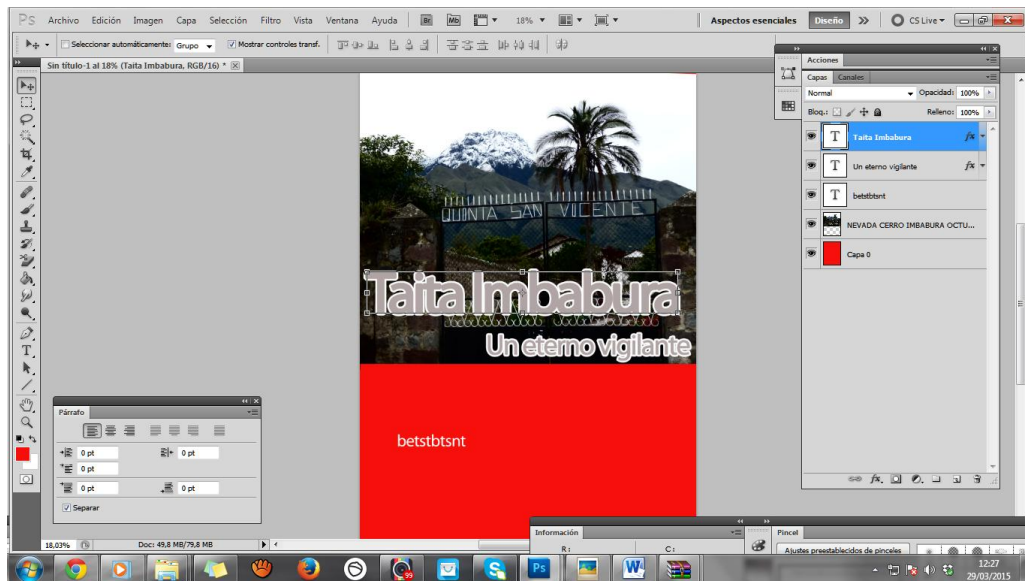
- Sin “dequeísmo” en la narración. Ejemplo: en el caso “de que” no logre graduarme.... LO correcto será: en el caso que no logre graduarme...
- Sin “coloquialismos”. Hechos se escribirá con un lenguaje fresco y dinámico sin coloquialismos ni expresiones de la jerga popular. No se admitirá insultos. Cabe aclarar que los medios estamos para educar y no mal educar.
- Uso de adjetivos. Hechos no admite la adjetivación dentro de las informaciones más que para describir algún objeto, persona o cosa. El uso de adjetivos, en el caso de las personas, sólo se hará para describir sus características físicas, cuando sea necesario, y en ningún momento las mismas deberán descalificar, ofender o menospreciar.

#### **Normas ética:**

- Los redactores que colaboren con sus artículos para ser difundidos en Hechos deberán respetar las normas deontológicas establecidas en el capítulo I, artículo 10 de la Ley de Comunicación.
- Ninguna información que sea difundida en Hechos podrá falsear la verdad. Se deberá platicar la norma establecida en el capítulo II, artículo 22 de la Ley de Comunicación.

#### **Tipografías:**

- Hechos usará en la redacción de sus informaciones la letra Arial.
- Solo en casos específicos y luego de consultarlo al menos con dos personas del directorio se podrá implementar otra tipografía.



### Directorio editorial:

Los integrantes que conformen el 'cerebro' de Hechos estará conformado por:

- Un representante del colegio local
- Un miembro del GAD
- Un presentante de clubes deportivos
- El sacerdote de la parroquia
- El alcalde del pueblo kichwa Natabuela
- Un miembro del Cabildo de Los Óvalos
- Y yo en calidad de asesor.

Para las reuniones editoriales de Hechos se admite las videollamadas como única excusa en el caso que alguno de los miembros no esté presente.

Tres faltas seguidas que no justifiquen la ausencia del miembro del directorio será revocatoria directa y para llenar su lugar se comunicará por los altos parlantes de la parroquia sobre la necesidad de un voluntarios para que sea miembro del directorio de Hechos.



### **Argumentación:**

Uno más uno es dos, esa es la verdad. Pero en las ciencias sociales, que no son exactas, se debe tomar varios factores que son los pilares del periodismo. Como factor principal se destaca el “servicio social”.

La sonrisa, un factor importante en la condición humana que demuestra bienestar. Bienestar que puede ser cultivado en la sociedad mediante códigos adecuados que fomente sonreír entre vecinos.



Según Jesús Miguel Flores Vivarel, el concepto de información hiperlocal o hiperlocalismo se refiere a la información que se produce a través de internet, orientada en torno a una región, barrio, distrito o comunidad geográficamente bien definida, con un enfoque transversal de contenidos, principalmente, acerca de las preocupaciones e intereses de

sus residentes (espectáculos, noticias, actividades de barrios, gestión municipal, etc.).

En este contexto Hechos pretende exponer dichas informaciones que se generan en el ámbito local y escapan a la realidad de los Mass-media. Ganar el mundial de fútbol sin duda capta la atención de los medios, en cambio ganar la final de un campeonato barrial, difícilmente logra la atención de los Mass-Media.

Es ahí cuando Hechos contará la historia del campeonato desde el mismo polvo de un estadio barrial.

El deporte es una de las actividades que más se realizan en la parroquia. Por esta razón desde la comunicación se puede educar sobre reglas de juego, técnicas de entrenamiento entre otras.

De esta manera la comunicación está enmarcada en el desarrollo del deportista local.

Los contenidos informativos pueden superar la línea del tiempo. Hechos pretende transmitir las ideas, vivencias y luchas de un presente a las generaciones del futuro.

Cómo por ejemplo que un nieto vea a su abuelo levantar un trofeo de fútbol, o escuchar las opiniones de un vecino fallecido hace varios años.

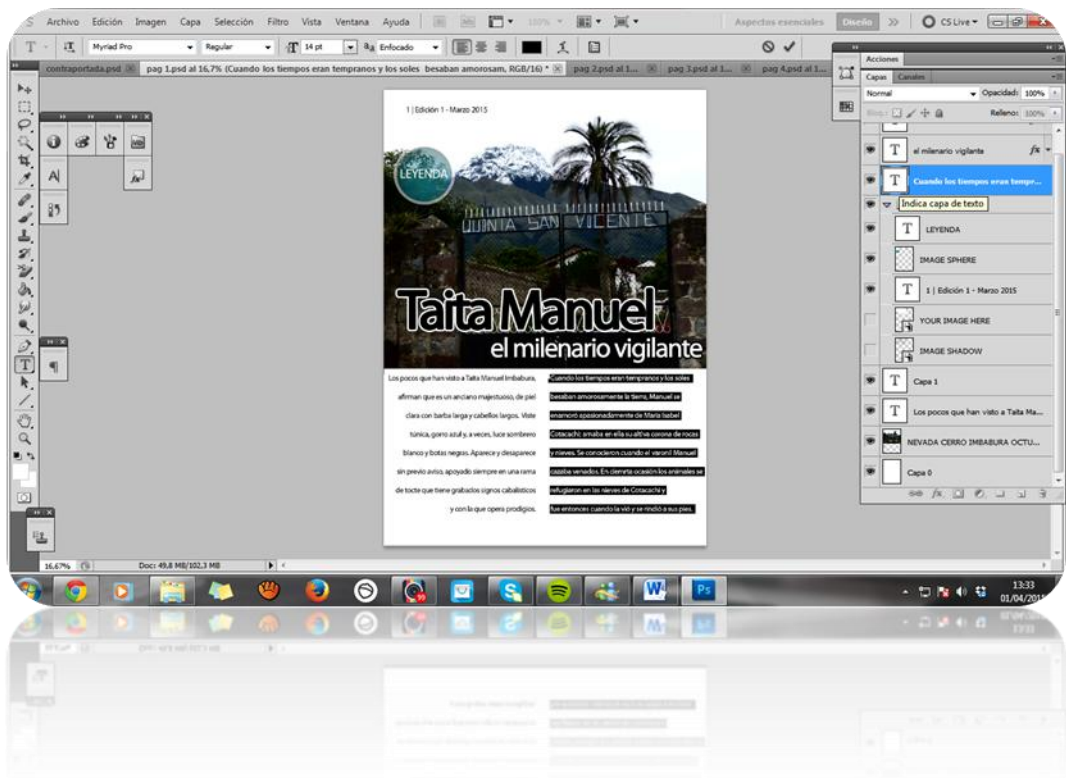
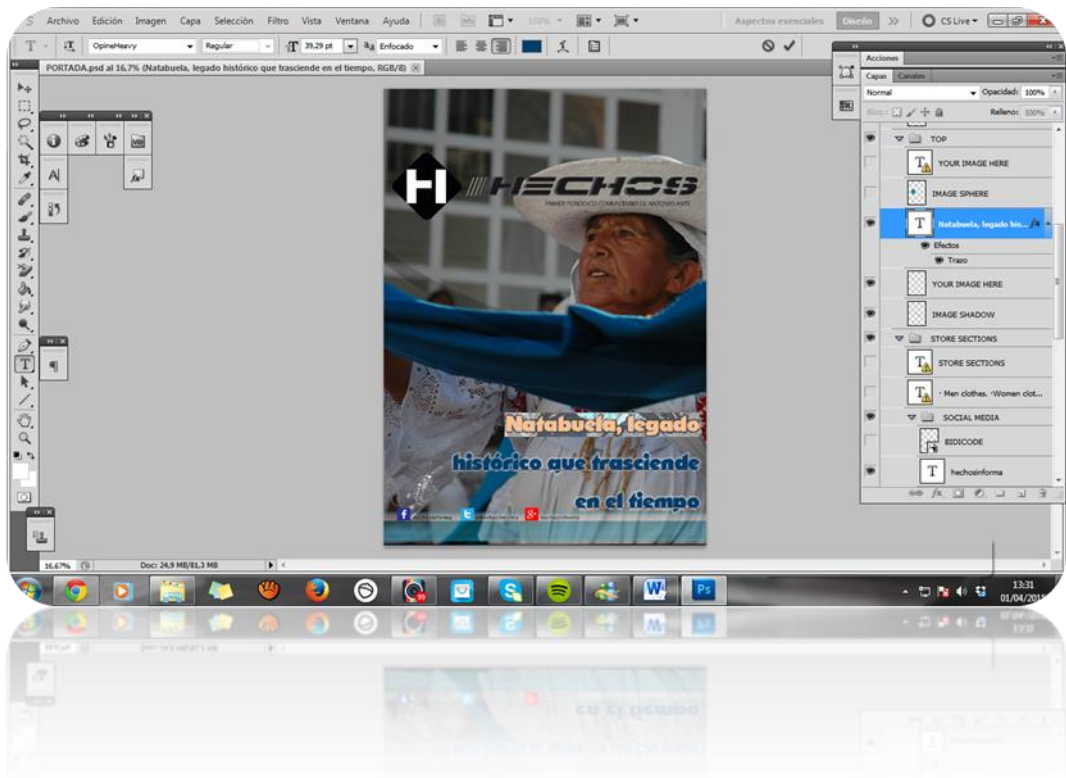
Sin raíces un pueblo no sabe quién es y mucho menos a dónde ir. Por esta razón Hechos pretende rescatar la identidad cultural del pueblo indígena Natabuela, sin dejar de lado a una importante población mestiza y afro que residen en la parroquia.



**HECHOS**

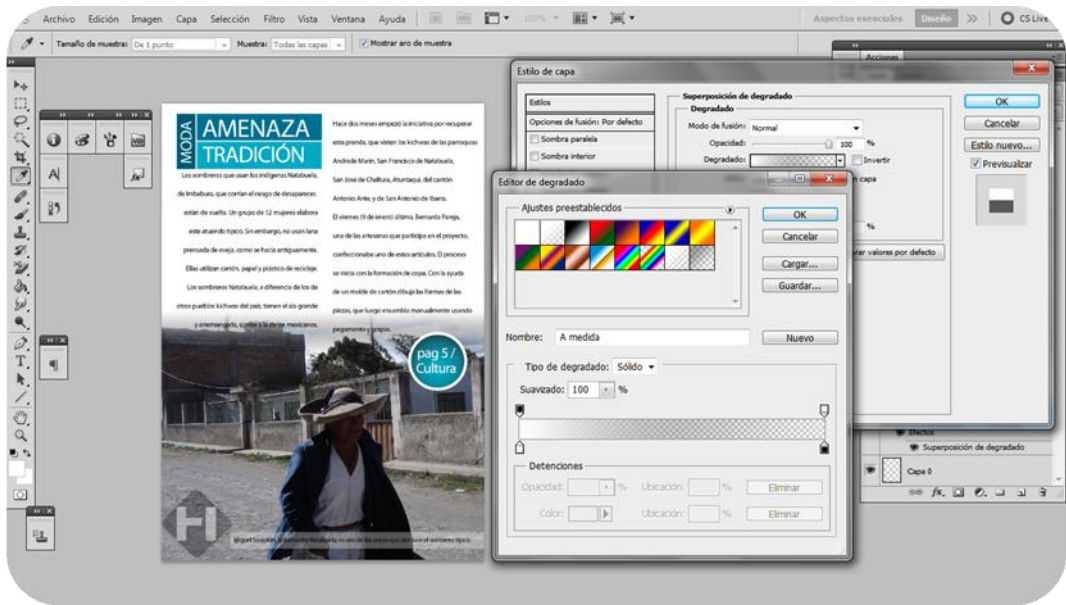
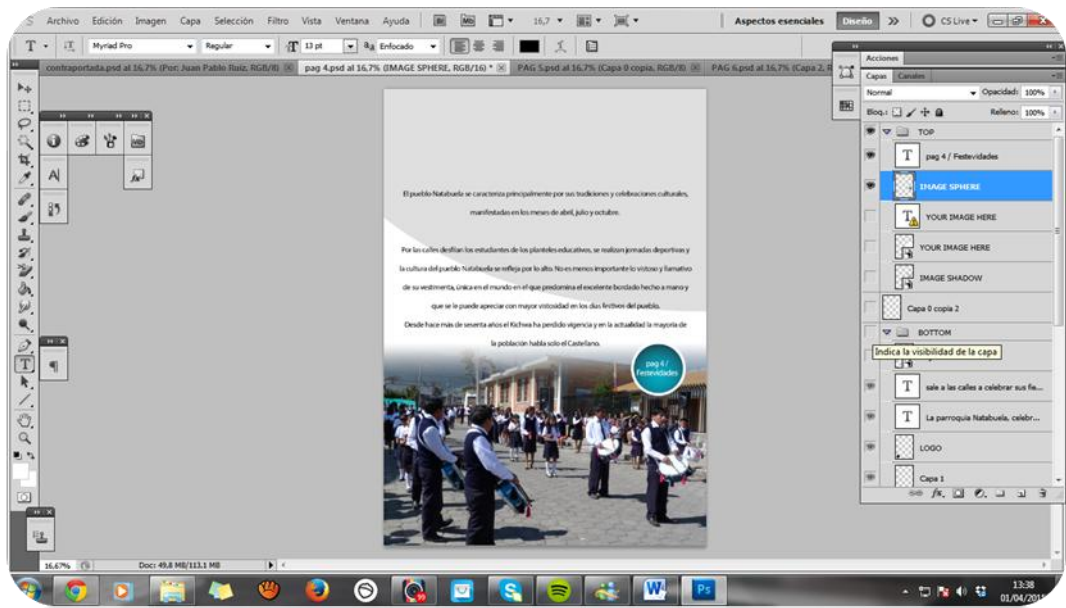
PRIMER PERIÓDICO COMUNITARIO DE ANTONIO ANTE

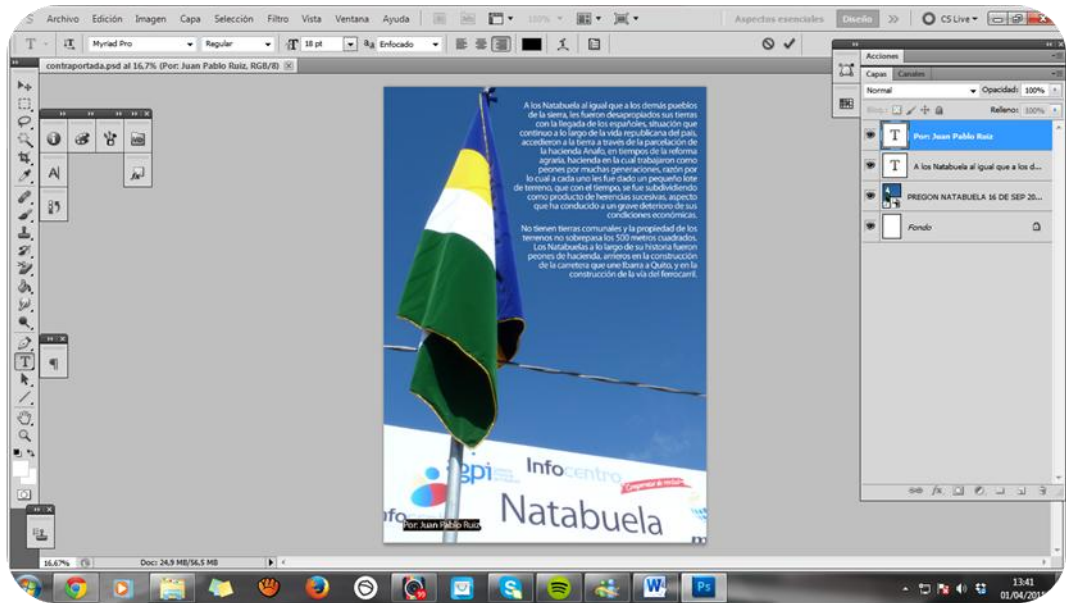
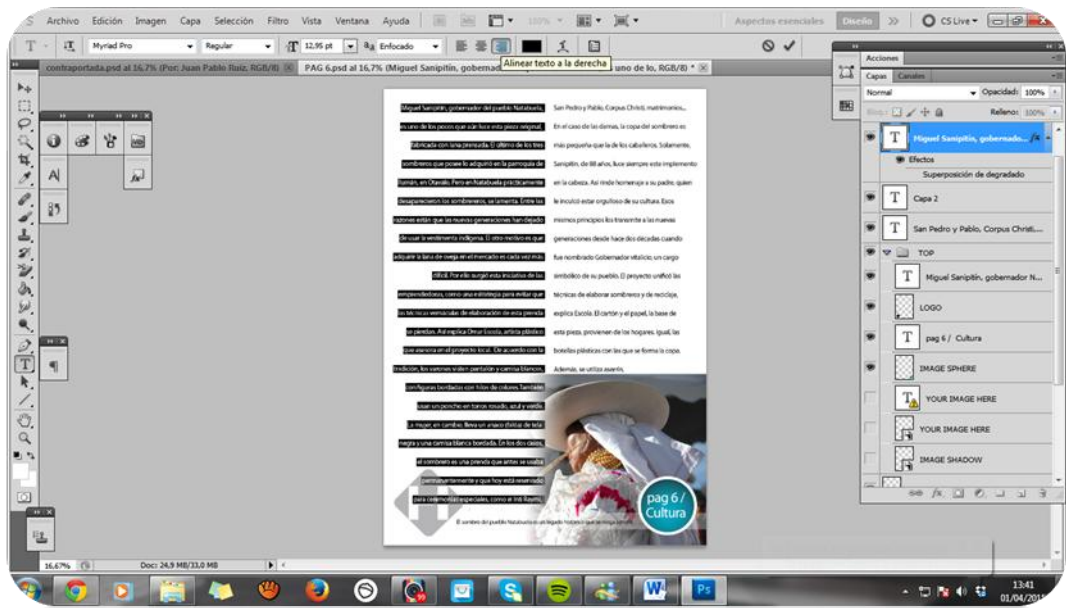
**Natabuela, legado  
histórico que trasciende  
en el tiempo**















**HECHOS**

PRIMER PERIÓDICO COMUNITARIO DE ANTONIO ANTE

**Natabuela, legado  
histórico que trasciende  
en el tiempo**



hechosinforma



@hechosinforma



hechosinforma





Los pocos que han visto a Taita Manuel Imbabura, afirman que es un anciano majestuoso, de piel clara con barba larga y cabellos largos. Viste túnica, gorro azul y, a veces, luce sombrero blanco y botas negras. Aparece y desaparece sin previo aviso, apoyado siempre en una rama de tocte que tiene grabados signos cabalísticos y con la que opera prodigios.

Cuando los tiempos eran tempranos y los soles besaban amorosamente la tierra, Manuel se enamoró apasionadamente de Maria Isabel Cotacachi; amaba en ella su altiva corona de rocas y nieves. Se conocieron cuando el varonil Manuel cazaba venados. En cierta ocasión los animales se refugiaron en las nieves de Cotacachi y fue entonces cuando la vió y se rindió a sus pies.

Otra leyenda de la cosmología mítica de Natabuela

uenta que el Taita es poseedor de todo el volcán

que, en sí, es él mismo y que tiene en su interior

una hacienda a la que se llega sólo  
pag 2 /  
LEYENDA accidentalmente porque abundantes

matorrales ocultan la entrada;

encontrarla es obra de la casualidad o de la voluntad

del Taita. De esta leyenda también surge el mito del

Chusalongo. Hace algunos años cuando Antonio  
Potosi aún tenía vida y era el más lonjevo de la

Comunidad Los Óvalos comentó que en este

territorio domina el Taita, señor alto, de rostro blanco y ojos azules, se cubre con poncho, sombrero

y botas. "No siempre permanece en el interior del volcán, sale a caminar con frecuencia por el monte

y, a veces, llega hasta las calles de Otavalo", declaró años atrás antes de su muerte.



Los nativos que visitan el volcán suelen comentar sobre los amos del Taita.



Muchos turistas emprenden el ascenso al volcán Imbabura para realizar distintas actividades deportivas, entre las que destacan downhill, camping y caminatas al aire libre



pag 03/  
Religión

La pasión

## de un pueblo en Cristo

La iglesia Católica Romana, es la institución religiosa con más creyentes en el mundo, la cual es regida por el Papa Francisco; la semana mayor o semana santa da inicio con el domingo de Ramos, fecha a la cual los feligreses de la parroquia San Francisco de Natabuela acuden masivamente. Según el padre Amado Carranco, la historia sobre la vida de Cristo, en época de Semana Santa recuerda cuando Jesús entró a Jerusalén y fue recibido con hojas de palmeras, durante la semana hay días muy especiales como el Jueves santo, viernes de dolores, sábado de gloria cuando concluye la con la resurrección e inicia el domingo de pascua.

Durante la Semana Mayor los pobladores de la parroquia realizan la tradicional fanesca, plato en el que predominan los grados que se cultivan en la zona. En Natabuela, comer bien no es suficiente, según Jesús Tobar, reconocido líder social, lo importante es alimentar el alma. Luis Vásquez coincide con su vecino y asegura que desde niño, cada año, acude a la misa de Ramos.

En si las representaciones de la pasión se basan en los momentos más importantes de la llegada del hijo de Dios en la tierra, como la expulsión de mercaderes del templo, la crucifixión y el descendimiento son los momentos que más impactan. Los días más importantes de la semana mayor son sin duda, el jueves cuando Jesús es aprendido por los judíos, viernes de dolores la crucifixión y el sábado de gloria la resurrección son los capítulos más recordados de la pasión de Cristo.



El principal templo de la parroquia está situado junto al parque central. Hasta este lugar llegan los feligreses para expresar su respeto, fe y amor a Dios.

En abril, julio y octubre Natabuela

sale a las calles a celebrar sus fiestas

El pueblo Natabuela se caracteriza principalmente por sus tradiciones y celebraciones culturales, manifestadas en los meses de abril, julio y octubre.

Por las calles desfilan los estudiantes de los planteles educativos, se realizan jornadas deportivas y la cultura del pueblo Natabuela se refleja por lo alto. No es menos importante lo vistoso y llamativo de su vestimenta, única en el mundo en el que predomina el excelente bordado hecho a mano y que se le puede apreciar con mayor vistosidad en los días festivos del pueblo.

Desde hace más de sesenta años el Kichwa ha perdido vigencia y en la actualidad la mayoría de la población habla solo el Castellano.



La parroquia Natabuela, celebró el pasado octubre 82 años de parroquialización eclesiástica y 79 civil.

Los sombreros que usan los indígenas Natabuela, de Imbabura, que corrían el riesgo de desaparecer, están de vuelta. Un grupo de 12 mujeres elabora este atuendo típico. Sin embargo, no usan lana prensada de oveja, como se hacía antiguamente. Ellas utilizan cartón, papel y plástico de reciclaje. Los sombreros Natabuela, a diferencia de los de otros pueblos kichwas del país, tienen el ala grande y arremangada, similar a la de los mexicanos.

Hace dos meses empezó la iniciativa por recuperar esta prenda, que visten los kichwas de las parroquias Andrade Marín, San Francisco de Natabuela, San José de Chaltura, Atuntaqui, del cantón Antonio Ante, y de San Antonio de Ibarra. El viernes (9 de enero) último, Bernarda Pareja, una de las artesanas que participa en el proyecto, confeccionaba uno de estos artículos. El proceso se inicia con la formación de copa. Con la ayuda de un molde de cartón dibuja las formas de las piezas, que luego ensambla manualmente usando pegamento y grapas.

pag 5 /  
Cultura



Miguel Sanipitín, gobernador Natabuela, es uno de los pocos que aún luce el sombrero típico.



Miguel Sanipitín, gobernador del pueblo Natabuela, es uno de los pocos que aún luce esta pieza original, fabricada con lana prensada. El último de los tres sombreros que posee lo adquirió en la parroquia de Ilumán, en Otavalo. Pero en Natabuela prácticamente desaparecieron los sombrereros, se lamenta. Entre las razones están que las nuevas generaciones han dejado de usar la vestimenta indígena. El otro motivo es que adquirir la lana de oveja en el mercado es cada vez más difícil. Por ello surgió esta iniciativa de las emprendedoras, como una estrategia para evitar que las técnicas vernáculas de elaboración de esta prenda se pierdan. Así explica Omar Escola, artista plástico que asesora en el proyecto local. De acuerdo con la tradición, los varones visten pantalón y camisa blancos, con figuras bordadas con hilos de colores. También usan un poncho en tonos rosado, azul y verde. La mujer, en cambio, lleva un anaco (falda) de tela negra y una camisa blanca bordada. En los dos casos, el sombrero es una prenda que antes se usaba permanentemente y que hoy está reservado para ceremonias especiales, como el Inti Raymi, San Pedro y Pablo, Corpus Christi, matrimonios...

En el caso de las damas, la copa del sombrero es más pequeña que la de los caballeros. Solamente, Sanipitín, de 88 años, luce siempre este implemento en la cabeza. Así rinde homenaje a su padre, quien le inculcó estar orgulloso de su cultura. Esos mismos principios los transmite a las nuevas generaciones desde hace dos décadas cuando fue nombrado Gobernador vitalicio, un cargo simbólico de su pueblo. El proyecto unificó las técnicas de elaborar sombreros y de reciclaje, explica Escola. El cartón y el papel, la base de esta pieza, provienen de los hogares. Igual, las botellas plásticas con las que se forma la copa. Además, se utiliza aserrín.



El sombrero del pueblo Natabuela es un legado histórico que se niega a morir.

pag 6 /  
Cultura

# LOS ÚLTIMOS SAQUES

Policarpo Neftalí Vásquez Guzmán, aprendió el juego de Pelota de Viento de su padre, Juan Vasquez y hermanos José y Jaime.

Cuenta que este deporte se practica hace más de 55 años en Natabuela y teme que pronto desaparezca.

“Somos los que vamos a llevar el último clavo al ataúd de este juego”, declaró Neftalí.

En tres de los seis cantones de Imbabura este deporte se ha extinguido resistiéndose a

morir en los cantones de Urququí, Antonio Ante e Ibarra.

El hombre de 45 años asegura que lo practica desde los 22.

El juego es similar al tenis, explica. Un partido se cuenta en seis games, lo que en el tenis sería un set. En cambio en la

Pelota de Viento sería una mesa. El equipo que logre dos mesas a cero, o dos mesas a uno. Gana.

La pelota utilizada en el juego pese alrededor de un kilo y las tablas con las que se juega pesa de 12 a 14 libras.

Como todo deporte, este tiene su complejidad.

“Se usa la física y la matemática para ubicar los pupos.

La idea es que la pelota resorteo lo más posible”, argumenta Neftalí. El Seike, una extraña y muy resistente madera que se trae desde el oriente se utiliza en la fabricación de las tablas. Esta madera tiene sus fibras cruzadas, lo que le hace menos vulnerable a que se rompa.

pag 7 /  
Deporte

FI

Policarpo Neftalí Vásquez Guzmán, practica la Pelota de Viento desde hace 33 años



Motos, escorpiones, arañas, autos, collares y pulseras toman forma de las manos de Darwin Israel Pomasqui Montalvo de 29 años de edad, oriundo de Natabuela.

Él es convencido que cada uno de sus trabajos son distintos. "No soy artista, son un artesano porqué trabajo con cosas que otros no usan".

En el día es albañil pero por las noches, armado con un par de pinzas redondas, algo de alambre y mucha creatividad crea artesanías en alpaca, aluminio y tejidos.

Usa lo que otros desechamos y él los convierte en hermosas artesanías. Gracias a su talento confiesa que ha visitado Colombia, Brasil y Perú.

Su hijo Andy es su mayor inspiración y con el dinero que recoge de la venta de sus artesanías dice aportar "unos centavitos más a la casa".

Recuerda que empezó a los 11 años tallando y pintando figuras en jabón, madera y latas que encontraba en la calle. Sus artesanías son andinas y ecológicas. Recicla lo que encuentra y en ocasiones los mezcla con granos propios de la serranía.

pag 7 /  
Arte

## PINZAS, MANOS Y ORIGINALIDAD



"Mis artesanías son únicas porque cada una tiene distinta inspiración", Darwin. Pomasqui





A los Natabuela al igual que a los demás pueblos de la sierra, les fueron desapropiados sus tierras con la llegada de los españoles, situación que continuo a lo largo de la vida republicana del país, accedieron a la tierra a través de la parcelación de la hacienda Anafo, en tiempos de la reforma agraria, hacienda en la cual trabajaron como peones por muchas generaciones, razón por lo cual a cada uno les fue dado un pequeño lote de terreno, que con el tiempo, se fue subdividiendo como producto de herencias sucesivas, aspecto que ha conducido a un grave deterioro de sus condiciones económicas.

No tienen tierras comunales y la propiedad de los terrenos no sobrepasa los 500 metros cuadrados. Los Natabuelas a lo largo de su historia fueron peones de hacienda, arrieros en la construcción de la carretera que une Ibarra a Quito, y en la construcción de la vía del ferrocarril.

Autor:  
Juan Pablo Ruiz

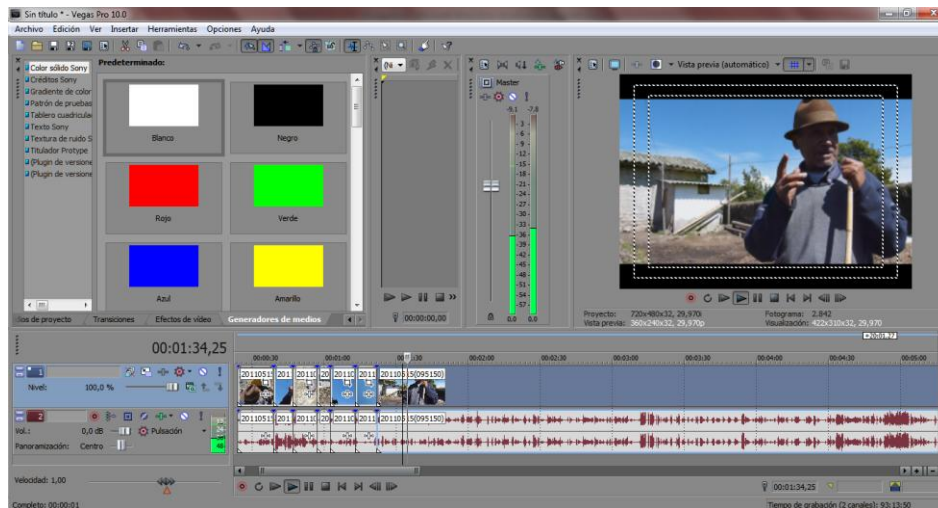
Director de trabajo de grado:  
Dr. Galo Álvarez, MSC

# Natabuela

Una de las estrategias para el desarrollo de Hechos es el órgano social de la parroquia y su buena predisposición para apoyar el proyecto.

Desde las instalaciones de la Junta Parroquial se puede elaborar los contenidos que posteriormente serán difundidos en Hechos, ya sea de forma impresa o escrita.

Esto asegura un lugar optimismo de trabajo con los recursos logísticos necesarios para elaborar esta propuesta.



Hechos fortalecer la comunicación que actualmente se emite desde los comunicados al finalizar las eucaristías o los altos portantes. En el último caso, la distorsión con que en ocasiones genera el mensaje será fortalecida desde Hechos.

Hechos no pretende eliminar ellos sistemas de parlantes existentes en toda la parroquia, por lo contrario busca fortalecer la comunicación que se trasmite vía este medio.

En el aspecto legal se podrá educar sobre el marco jurídico que rige la nación. Esto en un intento por concienciar sobre las consecuencias legales que trae el maltrato familiar. Sobre el tema no se conoce cifras

exactas de violencia familiar en la parroquia, pero según cifras nacionales las zonas rurales predominan en violencia familiar.

El alcoholismo es un mal que aqueja a la juventud de la parroquia. Hechos intenta hacerlos coparticipes del desarrollo comunicacional, ya sea desde su interacción en redes sociales o en la creación de contenidos para el boletín impreso.

Se tiene previsto poner en circulación un estimado de entre 700 a 1.000 ejemplares para que la ciudadanía se mantenga informada. La distribución del mismo está garantizada con la colaboración del vehículo del GAD local.

Para el desarrollo de los temas a informar se mantendrá contante dialogo con las inquietudes que los pobladores deseen aclarar. Fue esta la razón por la cual se implementa las redes sociales.

Cabe aclarar que actualmente no existen redes sociales o página web del GAD local que a su vez ya se encuentra estudiando la posibilidad de crear un portal electrónico.

## **6.7. IMPACTOS**

### **Impacto Social**

El impacto social que genera la investigación, es altamente positivo, ya que mediante la presentación del boletín y su difusión adicional en redes sociales 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, fomentando en los estudiantes la autoformación para estar en constante búsqueda de información.

### **Impacto Ecológico**

Al estar ubicados en un las faldas del Volcán Imbabura se puede concienciar sobre el cuidado de la flora y fauna de la zona evitando la tala ilegal y quema de las paja y bosque húmedo.

## **Impacto agrícola**

El principal factor económico de Natabuela, sin duda, es la agricultura; desde la comunicación se puede informar a los agricultores sobre el tratamiento de plagas, mejoramiento de cultivos y sistemas de riego adecuados que potencialice la producción.

### **6.8. DIFUSIÓN**

La circulación del boletín informativo (impreso) será mediante los lugares de concentración masiva, como son las iglesias, tiendas y escenarios deportivos.

Para fortalecer y ampliar la difusión de los contenidos y se virilizará la información en redes sociales con la intención que cualquier persona del mundo en cualquier momento pueda acceder a la información de la parroquia.

## 6.9. BIBLIOGRAFÍA.

- ALONSO, J. (14 de Junio de 2011). *Herramientas Tecnológicas*.  
Recuperado el 01 de Abril de 2014, de  
jennaalonso.wordpress.com: <http://jennaalonso.wordpress.com>
- Álvarez, D. M. (2010). *La crónica Periodística, un género personal*.  
Madrid: Universitas.
- Ander, E. (2001). *Los desafíos de la educación en el siglo XXI: Algunas Reflexiones*. Rosario: Homo Sapiens.
- ANDER, E. E. (s.f.). *Cómo elaborar un proyecto*.
- Astudillo, J. (2011). *Asignaturas pendientes de la universidad ecuatorian: Educación de Calidad*. Quito: Quipus.
- Avanzini, G. (2000). *La pedagogía del siglo XVIII hasta nuestros días*.  
México : Fondo Cultura.
- BALLESTER, A. (2010). *ILUSTRACIÓN COMO NARRACIÓN E INTERPRETACIÓN DE UN TEXTO*. Barcelona: La Vanguardia.
- BARTOLOMÉ, A. (2012). *Nuevas tecnologías y enseñanza*. . Barcelona: ICE-GRAO.
- Bassat, L. (2012). *El libro rojo de la Publicidad*. Madrid: Anaya.
- Bisaillon, M. (2005). *Taller sobre Comercio justo de la Alianza para un mundo responsable, plural y solidario*. . Francia : Universidad de Quebec en Montreal.
- BRECHT, B. (2010). *Teoría de la comunciación*. Barcelona: Anaya.
- CABA, M. (2003). *Introducción a la tutoría On-line*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- CALABERO, J. (2010). *La multimedia del siglo xxi*. México: Edimundo.
- Center for Media Literacy, M. C. (2003). *CONJUNTO DE HERRAMIENTAS PARA ALFABETISMO EN MEDIOS*.  
Recuperado el 23 de 04 de 2014, de  
<http://www.eduteka.org/pdfdir/MediaLitGuia.pdf>
- CERRAGA, J. (2012). *GESTIÓN DE PROYECTOS*.
- CHERRE, J. (2012). *Producción Multimedia*. Lima: Editorial Macro.

- Comité, J. (16 de Junio de 1988).  
[www.ite.educacion.es/formacion/materiales/90/.../cursofor/cap\\_4/cap4a.h](http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/90/.../cursofor/cap_4/cap4a.h). Recuperado el 12 de abril de 2014, de  
[www.ite.educacion.es/formacion/materiales/90/.../cursofor/cap\\_4/cap4a.h](http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/90/.../cursofor/cap_4/cap4a.h).  
[www.ite.educacion.es/formacion/materiales/90/.../cursofor/cap\\_4/cap4a.h](http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/90/.../cursofor/cap_4/cap4a.h).
- CONEA, C. d. (2003). *La calidad en la Universidad Ecuatoriana*. Quito: Asistenica Técnica UNESCO /IESALC.
- Cordova, M. (2006).
- Corrales García, F., & Hernández Flores, H. (2014). *La comunicación Alternativa en Nuestros días*. México: Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación.
- CUKERMAN, U. (2009). *Las tecnologías educativas*. Bogotá: Sinsajo.
- Damasio, A. (2009). *La identidad Humana*. Asturias: Novo mundo.
- DELORS, J. (2006). *La educación encierra un tesoro*. Madrid: Unesco-Santillana.
- DÍAZ, F. (2010). *Las estrategias docentes para un aprendizaje significativo*. México: Norma.
- DRAE. (2007). *DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA DE LA LENGUA*. Madrid: DRAE.
- DRAE. (2014). *Diccionario de la Real Academia de la Lengua*. Madrid: DRAE.
- DUSTIN, F. R. (2011). *Psicología del desarrollo de la infancia a la adolescencia*. México: Editorial Mc. Graw-Hill.
- Estévez, 2. (2012). *Psicología del comportamiento*. Buenos Aires: Journal.
- FELDAN, A. (2008). *Métodos y Técnicas*. Quito: Anya.
- flores. (2014). xx.
- FLORES, A. (2006). *La educación y la metodología*.
- FLORES, E., & Leticia, R. (2009). *PRIMER CURSO DE CONTABILIDAD*.
- Frade, J. (2001). *Pedagogía Informativa*.
- Freire, P. (2005). *Educomunicacion siglo XXI*. Mexico.

- Freire, P. (2005). *Pedagogía del oprimido*. México: S.A de C.V. 2da Edición.
- FREITAG, M. (2004). *Sobre la Modernidad* .
- Gallego, E. (2009). *Las TICs en la educación Actual* . Quito : PUCE.
- González, C. M. (2010). *Diseño social como motivación para el Diseño*. México: UNAM.
- Guerrero, L. (2009). *Escuela para padres* .
- Guzmán, J. P. (2005). *Gramática gráfica al juampedrino modo*. Barcelona: Carena.
- HAMMOUD, J. (2006). *El video en clases*.
- HERNÁNDEZ, Rafael . (2014). Barcelona: Anetcom.
- HERRERA, L., MEDINA, A., & NARANJO, G. (2011). *Tutoría de la Investigación Científica* . Ambato: Universidad Técnica de Ambato .
- Iguamba, P. (2003). *Incidencia de los padres alcohólicos en el aprendizaje de los niños y niñas. Estudio a realizarse con alumnos del cuarto año de básica de la Unidad Educativa José Acosta Vallejo de Cangahua*. Cantón Cayambe.
- INEC. (8 de mayo de 2010). [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec). Obtenido de [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec): [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec)
- JAUME, C. (2006). *Teorías del aprendizaje y tecnología de la enseñanza* . Quito: Saieciana.
- Jobs, S. (s.f.). *Frases de motivacion* . Recuperado el 6 de Febrero de 2013, de <http://www.frasesmotivacion.net/frase/277#>
- Kaplun, M. (2000). *LA EDUCOMUNICACIÓN* . España.
- Kempe, R. (1985). *Niños maltratados* . Ediciones Morata .
- Kottler, P. (2013). *El manual de las marcas*. México : Sureste.
- LAMARCA, M. J. (2010). *El nuevo concepto en la cultura de la imagen*. México: Soledad.
- LARA, B. (2011). *Educación 2.0*. Barcelona : Anaya.
- LARA, É. (2013). *Fundamentos de la investigación*.
- Maldonado, L. P. (Febrero de 2011). *Conocimiento y Aprendizaje*. Recuperado el 15 de Abril de 2014, de El Constructivismo de Jean Piaget y Lev Vigotsky: Sus aportaciones a la Educación:



<http://gamapaty.blogspot.com/2011/04/el-constructivismo-de-jean-piaget-y-lev.html>

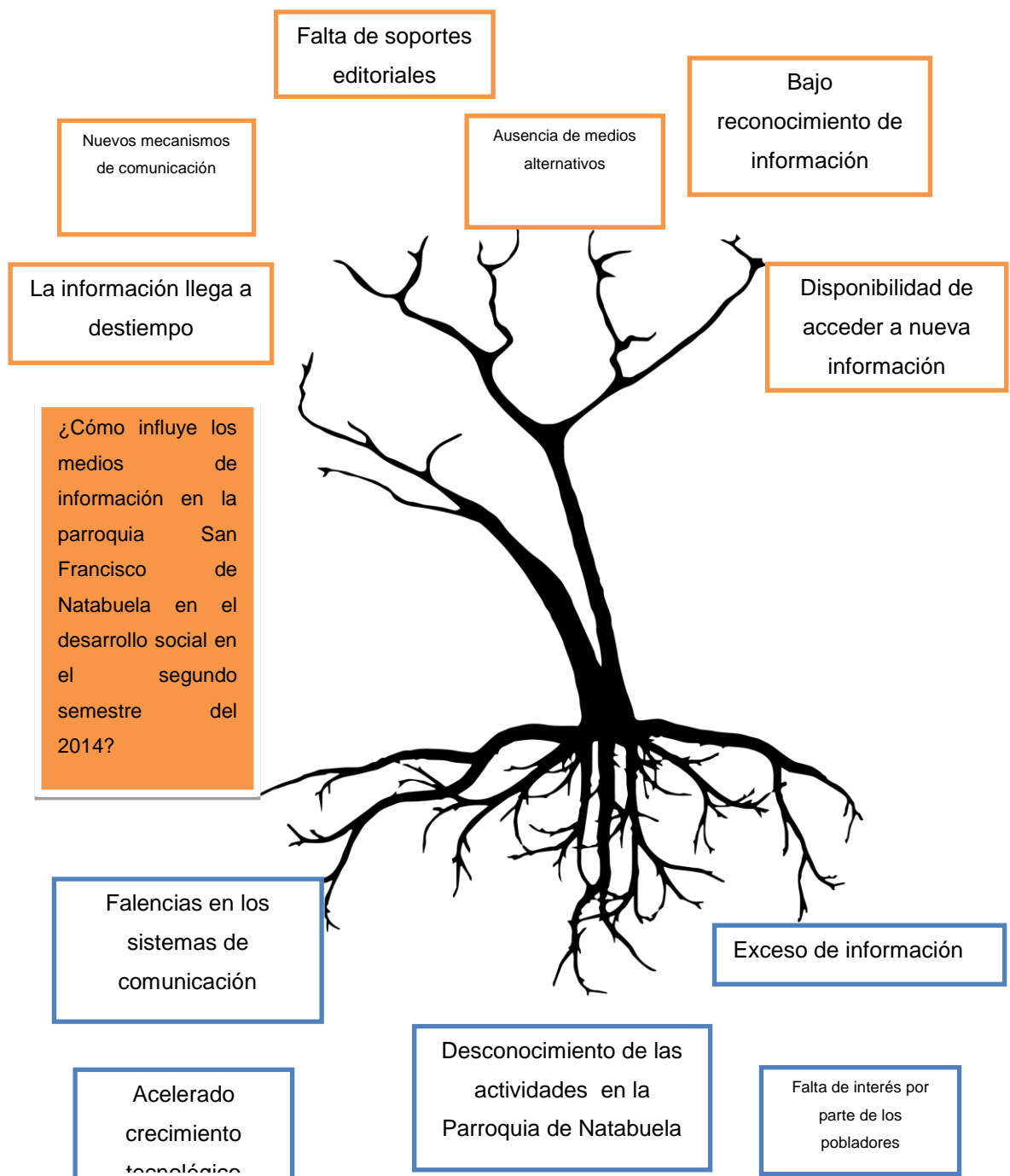
- MALDONADO, N. (2012 ). *EMPRENDIMIENTO Y GESTION*.
- Marañón, G. (1926). *Tres ensayos sobre la vida sexual*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- MASLOW, A. (2012). *Problemas en la Educación*.
- Merino Ultreras, J. (2008). *Comunicación alternativa y participatoria*. Quito: CIESPAL.
- MEZA, J. (2011).
- MIRANDA, J. J. (2012). *GESTIÓN DE PROYECTOS* .
- MONCKEBERG, B. F. (2001). *MACRO - MICRO NUTRIENTES*. España: Edition Nature 2.
- Montana, J. (2008). *Artesanía: Innovación, Calidad y Diseño*. Buenos Aires: Paramont.
- MONTEROS, E. (2008). *Manual de gestión Microempresarial*.
- Ndereg, E., & Aguilar, J. M. (2012). *Cómo elaborar un proyecto*. . Buenos Aires. s.f.: Editorial LUMEN. .
- NISBET, S. (2006). *Filosofía de la Educación*. Buenos Aires: Alta Vista.
- Ongallo, C. (2007). *Manual de comunicación: guía para gestionar el conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones*. Madrid: Dykinson.
- ORLICH, D. (2013). *Técnicas de enseñanza*. México: Limusa-Noriega.
- ORTIZ, A. (2006). *Investigación social en Educación y Desarrollo*,. Quito: CODEU.
- Paéz, G. (18 de octubre de 2014). *www.marketingdirecto.com*. Recuperado el 12 de enero de 2015, de [www.marketingdirecto.com](http://www.marketingdirecto.com): [www.marketingdirecto.com](http://www.marketingdirecto.com)
- PARALLAX. (2009). *SENSORES INTELIGENTES Y SUS APLICACIONES*.
- Pascual, R. d. (2006). *Fundamentos de la Comunicación Humana*. Cottolengo, 25 - San Vicente (Alicante): Club Universitario.
- PASQUEL, R. (05 de agosto de 2012). *maestrodelacomputacion.com*. Recuperado el 09 de Octubre de 2014, de

- www.maestrodelacomputacion.com:  
<http://www.maestrodelacomputacion.com>
- PAVÓN, F. (2011). *Educación con Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación*. Sevilla: Kronos.
- PILAY, J. (2011). *La conducta*. Quito : UTE.
- PINEDA, A. (2013). *Entre TICs y otros cuantos*. Barcelona, España: Quimera.
- Polak, P. (08 de Agosto de 2014). <http://disenosocial.org>. Recuperado el 08 de 2014 de 2014, de <http://disenosocial.org>:  
<http://www.disenosocial.org>
- Posso, M. (2011). *Proyectos, tesis, y marco lógico*. Ibarra: Imprenta Noción.
- POZO, M. (2013). *El Marco Lógico*. Ibarra: Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ibarra.
- PRIETO, C. D. (1999). *Formal“La Comunicación en la Educación*.
- PUNCH, C. (2005).
- Ramírez, D. (23 de Marzo de 2013). <http://prezi.com/8hyelqdxpgq0/david-ausubel/>. Recuperado el 16 de Mayo de 2014, de <http://prezi.com/8hyelqdxpgq0/david-ausubel/>:  
<http://prezi.com/8hyelqdxpgq0/david-ausubel/>
- RIVERA, D. (2012). *Tecnología*. Guayaquil: Norma.
- ROBLES, & Luis, C. (2012). *FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA*.
- RODRIGUEZ, S. (2011). *Las emociones*.
- Salamea, M. (2005). *Lacomunicación en Ecuador*. Cuenca: El mercurio.
- Salazar, D. B. (2011). *¿Qué es el alcoholismo?*
- SALINAS, J. (2014). *"Los recursos didácticos y la innovación educativa"*. México : Santillana.
- SALOMONE, S. (2013). *Educación e integración de las tecnologías digitales*. México: Anaya.
- SARMIENTO, R. (2009). *CONTABILIDAD DE COSTOS*.
- Sarramona, J. (1989). *Fundamentos de Educación*. España: CEAC.

- SENESCYT, S. d. (16 de mayo de 2014).  
<http://www.educacionsuperior.gob.ec/educacion-superior/>.  
 Obtenido de <http://www.educacionsuperior.gob.ec/educacion-superior/>: <http://www.educacionsuperior.gob.ec/educacion-superior/>
- Siliceo, A. (2006). *Capacitación y desarrollo de personal*. Editorial Limusa.
- Stone, W. F. (2001). *Manipulación del terror y autoritarismo - Psicología Política*.
- TAPIA, F. (2013). *Guía para elaborar el trabajo de graduación*. Quito : Universidad Central del Ecuador.
- TEDESCO, A. B. (2005). *Pedagogía desde el conocimiento y la reflexión*. . Cuenca: Atenas.
- ULLOA, U., & RODRIGUEZ, T. (2012). *SENSORES APLICADOS A LA MECATRÓNICA*.
- UNESCO. (2007). *El espíritu Emprendedor*. UNESCO.
- UTN. (03 de mayo de 2014). [www.utn.edu.ec](http://www.utn.edu.ec). Obtenido de [www.utn.edu.ec](http://www.utn.edu.ec): [www.utn.edu.ec](http://www.utn.edu.ec)
- Valencia, C. (2013). *Estudio de Manifestaciones Culturales* . Quito : Universidad de Especializaciones Turísticas.
- VÉRTICE Editorial . (2009). *GESTIÓN DE PROYECTOS* .
- VIGOTSKY, L. (2010). *Construir competencias sociales: un desafío educativo*. (13 ed.). México: McGrawhill.
- WATSON, S. (2013). *Los comportamientos en los niños*.
- Wells, G. (2001). *Indagación Dialógica* . Madrid: Paidós.
- Zaiter, J. (2002). *Psicología social del autoritarismo*. . Revista Perspectivas Psicológicas.

# **ANEXOS**

## ANEXO 1: ÁRBOL DE PROBLEMAS



## **ANEXO 2: FORMULARIO DE ENCUESTAS**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FECYT**

### **ENCUESTA DIRIGIDA A LOS POBLADORES DE LA PARROQUIA DE NATABUELA**

**OBJETIVO:** Diagnosticar la incidencia de los medios de comunicación alternativo en la parroquia de Natabuela

**Instrucciones:** La encuesta es anónima le pedimos de la manera muy comedida que conteste en un solo ítem y de manera clara.

**1.- ¿Cree usted qué está informado sobre lo que ocurre en la parroquia?**

Mucho ( )      Poco ( )      Nada ( )

**2.- ¿Cree usted qué hace falta información sobre la parroquia de Natabuela?**

Mucho ( )      Poco ( )      Nada ( )

**3.- ¿Conoce usted el termino medios alternativos?**

Mucho ( )      Poco ( )      Nada ( )

**4.- ¿Le gustaría que se promociene de mejor manera la parroquia San Francisco de Natabuela?**

Mucho ( )      Poco ( )      Nada ( )

**5.- ¿Cree usted que con un medio de información de la parroquia se enteraría mejor de las actividades del Gobierno Autónomo Descentralizado de Natabuela**

Mucho ( )      Poco ( )      Nada ( )

**6.- ¿Le gustaría conocer lo que ocurre en su entorno?**

Mucho ( )      Poco ( )      Nada ( )

**7.- ¿Apoyaría usted la creación de un medio alternativo de difusión en redes sociales?**

Mucho ( )      Poco ( )      Nada ( )

**8.- ¿Le gustaría participar en la problemática de las actividades de la parroquia?**

Mucho ( )      Poco ( )      Nada ( )

**9.- A través de qué medio le gustaría que le llegue la información**

Redes Sociales ( )      Boletín impreso ( )

**10.- ¿Cree usted que sería importante contar con estos medio en la parroquia?**

Muy importe ( )      Importante ( )      Poco importante ( )      Nada importante ( )

### ANEXO 3: Matriz Categorial

<b>CATEGORÍA</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>DIMENSIÓN</b>	<b>INDICADOR</b>
<b>COMUNICACIÓN ALTERNATIVA</b>	Hablar de comunicación alternativa parece ser todo un cliché o aparentar una compleja definición. Sin embargo, el asunto no es tan confuso como parece, ni tan difícil de caracterizar, aunque haya comunicación alternativa que no lo es y otra que pase de agache que siéndolo rechaza el rótulo.	Comunicación Social	Comunicación Información Sociedad
<b>CONTENIDOS PERIODÍSTICOS</b>	Aquella clase de texto cuya finalidad es informar sobre hechos y temas de interés general. Su función principal es informar pero también admite valoraciones críticas y opiniones sobre acontecimientos y noticias.	Comunicación Social	Información Promoción Difusión Medios
<b>PARROQUIA DE NATABUELA</b>	Es una parroquia rural del cantón Antonio Ante, su fundación data del 9 de noviembre de 1932 como día de la fundación de la parroquia, estos datos fueron recolectados mediante las actas de los libros de bautismo ya que no existen otros registros.	Comunicación Social	Educación en tecnología Avance educativo programático



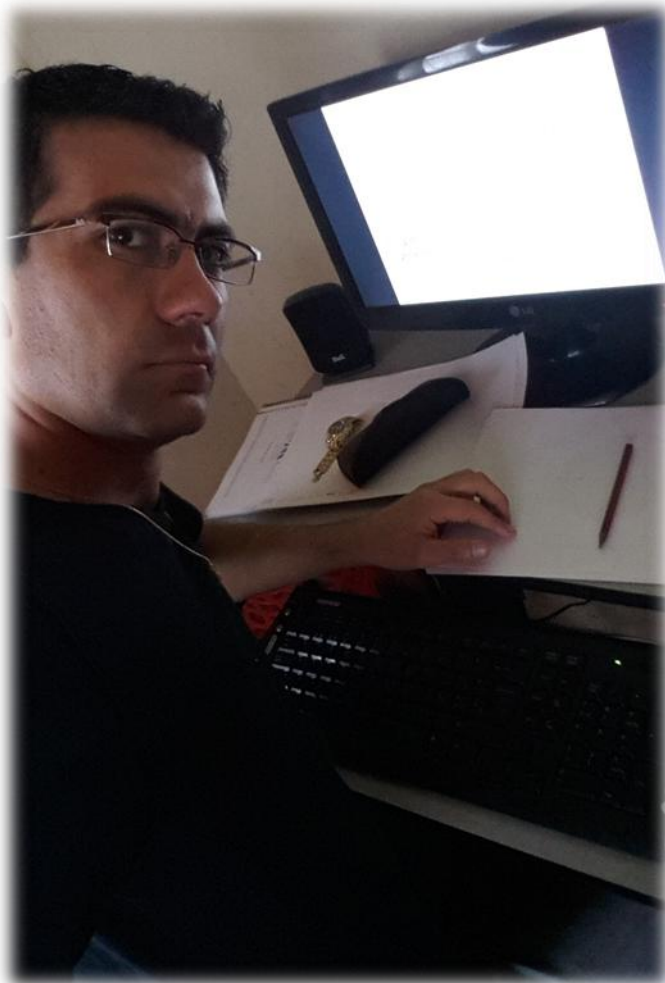
#### ANEXO 4: Matriz de Coherencia:

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL
<p>¿De qué manera los medios de información en la parroquia San Francisco de Natabuela influyen en el desarrollo social en el segundo semestre del 2014?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsar la comunicación alternativa para la difusión de contenidos periodísticos mediante estrategias de promoción sobre el desarrollo social en la parroquia San Francisco de Natabuela en el segundo semestre del 2014.</li> </ul>
SUBPROBLEMAS INTERROGANTES	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
<p>¿Cómo analizar los medios de comunicación alternativos y su incidencia en la población de la parroquia San Francisco de Natabuela?</p> <p>¿Para qué proponer referentes conceptuales sobre la comunicación alternativa y su incidencia en la población?</p> <p>¿Para qué diseñar una propuesta comunicacional alternativa para la difusión de contenidos periodísticos educomunicacionales?</p> <p>¿Cómo socializar la propuesta con el Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia San Francisco de Natabuela, clubes deportivos y organizaciones sociales?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnosticar sobre los medios de comunicación alternativos que utilizan en la población de la parroquia San Francisco de Natabuela.</li> <li>• Proponer referentes conceptuales sobre la comunicación alternativa y su incidencia en la población</li> <li>• Elaborar una propuesta comunicacional alternativa para la difusión de contenidos periodísticos educomunicacionales</li> <li>• Socializar la propuesta con el Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia San Francisco de Natabuela, clubes deportivos y organizaciones sociales.</li> <li>• Socializar la propuesta con el Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia San Francisco.</li> </ul>

**ANEXO 5: FOTOS DE LA SOCIALIZACIÓN**











**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>	100246654-6		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Ruiz Espinosa Juan Pablo		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Natabuela, calle Miguel Ángel de la Fuente y Kennedy (Barrio Los Óvalos)		
<b>EMAIL:</b>	prens sword@gmail.com		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062535155	<b>TELÉFONO MÓVIL</b>	0986900212

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD SOBRE LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA QUE FOMENTE LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS, PARA LA POBLACIÓN DE LA PARROQUÍA, SAN FRANCISCO DE NATABUELA DEL CANTÓN ANTONIO ANTE. PROPUESTA COMUNICACIONAL."
<b>AUTOR (ES):</b>	Juan Pablo Ruiz Espinosa
<b>FECHA: AAAAMMDD</b>	2015/06/10
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	Título de Licenciado en Comunicación Social
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	Dr. José Revelo

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

Yo, Juan Pablo Ruiz Espinosa, con cédula de identidad Nro.100246654-6, 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 10 días del mes junio de 2015

### EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: Ruiz Espinosa Juan Pablo

C.C.100246654-6





## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Juan Pablo Ruiz Espinosa, con cédula de identidad Nro.100246654-6 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 FACTIBILIDAD SOBRE LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA QUE FOMENTE LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS, PARA LA POBLACIÓN DE LA PARROQUÍA, SAN FRANCISCO DE NATABUELA DEL CANTÓN ANTONIO ANTE. PROPUESTA COMUNICACIONAL”** que ha sido desarrollada para optar por el Título de Licenciado 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 10 días del mes junio de 2015

(Firma) .....

Nombre: Juan Pablo Ruiz Espinosa

Cédula: 100246654-6