



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

TEMA:

“LAS NUEVAS FORMAS DEL TURISMO EN UNA  
RADIO REVISTA COMO UN FORMATO ÚTIL PARA  
SU DIFUSIÓN. CONOCIENDO IMBABURA“

Proyecto de tesis previo la obtención del título de  
licenciada en la Especialidad de Comunicación Social.

**Autora:** Vinueza Elena

**Director:** Dr. Luís Cifuentes Benítez Msc

Ibarra, 2009

## ACEPTACIÓN DE LA DIRECCIÓN DE TESIS

Ibarra, 15 de Julio del 2009

Luego de haber sido designado por el H Consejo Directivo de la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra, he aceptado con mucha satisfacción participar como Director de la tesis:

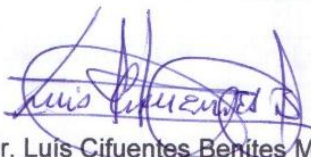
Las nuevas formas del Turismo en una Radio Revista como un formato útil para su difusión "Conociendo Imbabura".

Trabajo de investigación realizado por la Srta. Elena Vinuesa egresada en Comunicación Social previo a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación Social.

Al ser testigo y corresponsable directo del desarrollo correcto del presente trabajo de investigación, considero que reúne los requisitos y meritos ante el tribunal que sea designado oportunamente.

Esto todo lo que puedo certificar por ser justo y legal

Atentamente,



Dr. Luis Cifuentes Benites Msc.



**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:

DATOS DE CONTACTO			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	<b>DE</b>	1003307798	
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	<b>Y</b>	VINUEZA BARRIONUEVO ELENA ANTONILA	
<b>DIRECCIÓN:</b>		Ibarra – Maldonado 11-75 y Colon	
<b>EMAIL:</b>		<a href="mailto:elenitavinueza@hotmail.com">elenitavinueza@hotmail.com</a>	
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	2952991	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0988150604

DATOS DE LA OBRA	
<b>TÍTULO:</b>	“LAS NUEVAS FORMAS DEL TURISMO EN UNA RADIO REVISTA COMO UN FORMATO ÚTIL PARA SU DIFUSIÓN. CONOCIENDO IMBABURA PERÍODO AGOSTO 2009”
<b>AUTOR :</b>	VINUEZA BARRIONUEVO ELENA ANTONILA
<b>FECHA: AAAAMMDD</b>	2009 – 08 – 01
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	LCDA EN COMUNICACIÓN SOCIAL
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	Dr. Luís Cifuentes Benítez Msc

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

Yo, Vinueza Barrionuevo Elena Antonila con cédula de identidad Nro. 100330779-8, en calidad de autor y titular 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 manifiesta 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 el titular del derecho patrimonial, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 01 día del mes de Agosto del 2009

EL AUTOR:

(Firma).....  
Nombre: Vinueza Barrionuevo Elena Antonila  
C.I.: 100330779-8

Facultado por resolución de Consejo Universitario

---



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Vinueza Barrionuevo Elena Antonila con cédula de identidad Nro. 100330779-8, 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 denominado: **“LAS NUEVAS FORMAS DEL TURISMO EN UNA RADIO REVISTA COMO UN FORMATO ÚTIL PARA SU DIFUSIÓN. CONOCIENDO IMBABURA PERÍODO AGOSTO 2009”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de: Psicólogo General, 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.

(Firma).....  
Nombre: Vinueza Barrionuevo Elena Antonila  
C.I.: 100330779-8

Ibarra, a los 01 día del mes de Agosto del 2009

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación está dedicado a toda mi familia. El esfuerzo y la constancia de mis padres hoy se ve reflejado en mi triunfo que desde niña lo fui construyendo en base de mi esfuerzo y dedicación.

A todas las personas que han colaborado de una u otra manera y que celebran conmigo este triunfo a todos gracias.

La Autora

## **AGRADECIMIENTO**

Un eterno agradecimiento al personal docente, administrativo y de servicio de la Universidad Técnica del Norte, a los compañeros amigos de la Tercera Promoción de la Carrera de Comunicación Social.

A MI ASESOR DE TESIS Dr. Luis Cifuentes Benítez. Que con sus conocimientos y buena voluntad ha sido el pilar fundamental para la elaboración de este trabajo.

Al Lic. : Francisco Adathy Comunicador Social de Radio Municipal “La VOZ DE Imbabura “que ha colaborado conmigo en todas las facetas de la Carrera.

## ÍNDICE

	Pág.
Caratula	i
Aceptación del Tutor	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Índice	v
Resumen	viii
Introducción	1
<b>CAPITULO I</b>	
1.- EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
1.1 Antecedentes.	4
1.1.1 Genealogía de la Radio	4
1.2 Planteamiento del Problema	6
1.3 Formulación del Problema	7
1.4 Delimitación:	8
1.5 Objetivos:	8
1.5.1 Objetivo General:	8
1.5.2 Objetivos Específicos	8
1.6 Justificación	8
<b>CAPITULO II</b>	
2. MARCO TEÓRICO	11
2.1 Fundamentación Teórica	36
2.1.1 Modelos de la Comunicación	36
2.1.1.1 Teoría Funcionalista	36
2.1.2 Teoría de la Información	38
2.1.3 Teoría de la Comunicación	39



2.2	Posicionamiento Teórico Personal	44
2.3	Glosario de términos:	45
2.4	Sub problemas, Interrogantes	52
2.5	Matriz Categorial	53

### **CAPITULO III**

3.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	55
3.1	Tipo de Investigación:	55
3.2	Métodos:	56
3.3.	Técnicas e Instrumentos	57
3.4	Población.	57
3.5	Muestra	58
3.6	Esquema de la Propuesta	59

### **CAPÍTULO IV**

4	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	60
---	---	----

### **CAPITULO V**

5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	80
5.1	Conclusiones:	80
5.2	Recomendaciones.	82

### **CAPÍTULO VI**

6.	PROPUESTA ALTERNATIVA	84
6.1.-	Título de la Propuesta.	84
6.2.-	Justificación e Importancia	84
6.3.-	Fundamentación Científica	85
6.4.-	Objetivos:	85
6.4.1.-	Objetivo General:	85
6.4.2	Objetivos Específicos:	85
6.5.-	Ubicación Sectorial y Física	86

6.6.- Desarrollo de la Propuesta	86
6.7.- Impactos.	86
6.7.1. Impacto Social.	86
6.7.2.- Impacto Filosófico.	88
6.7.3.- Impacto Psicológico.	88
6.7.4.- Impacto Educativo	88
6.8.- Difusión	89
6.9.- Bibliografía	93

## **ANEXOS**

Encuesta

Árbol de problemas

Recursos

Cronograma

Formato Radio Entrevista

Entrevista

Fotografías

## RESUMEN

La provincia de Imbabura capital Ibarra cuenta con varias radios en FM Y EN AM pero en ellas no se habla de turismo.

-  **Voz de Imbabura**
-  **América Estéreo**
-  **Radio Imperio 970 AM**
-  **Los 40 Principales, Ecuador**
-  **Radio Caravana**
-  **Caricia**
-  **Canela Radio, 90,5 FM**
-  **La Voz de Los Lagos**
-  **La Mega**
-  **Radio Satélite 107.1**
-  **Radio Universitaria**

### La producción de radio

La radiodifusión en la Provincia de Imbabura no es administrada en forma profesional, no está estructurada, la radio se ha convertido en un medio de improvisación sin lineamientos ni parámetros, donde no existe investigación.

Los Medios de comunicación masiva radio, prensa y televisión ocupan una labor fundamental dentro de la sociedad encargados de informar , difundir , enseñar , interactuar, formar ,etc.

Por esta razón deben ser bien estructurados con principios y fundamentos

Se debe aprovechar todo el potencial de la provincia sus parajes sin igual. La riqueza de su gente sus manifestaciones culturales, etc.

Este proyecto de investigación pretende crear un formato idóneo para la radio difusión, Radio Revista “Conociendo Ibarra “

Para la ejecución del presente trabajo se emplearon mecanismos tales como investigación bibliográfica, encuestas, entrevistas a profesionales, método científico inductivo deductivo.

Donde se comprobó que la mayor parte de los habitantes de Ibarra no reconocen los atractivos de la misma.

La Provincia de Imbabura tiene muchos paisajes, de ensueño, sus manifestaciones culturales, su gastronomía, artesanía y parajes de ensueño la hacen única.

Lastimosamente la mayoría no conoce la bondad de ellos.

## INTRODUCCIÓN

La provincia de Imbabura además de contar con un paisaje privilegiado es rica en su identidad; en la jurisdicción se vive la Interculturalidad su pueblo hospitalario y la calidez de su gente convierten a la Provincia en uno de los mejores atractivos turísticos.

La Radiodifusión en la Provincia de Imbabura no es llevada en forma profesional, ni está presente el servicio a la Comunidad.

La mayoría de los locutores no son Comunicadores Sociales, son aficionados e improvisadores, La Radiodifusión se ha convertido en un pequeño espacio dejado a segundo plano donde lo que prima es la música y las cuñas publicitarias.

En la mayoría de los programas radiales no tienen libretos se leen los encabezados de periódicos, el locutor no investiga, no se prepara e improvisa.

Los programas radiales, no tienen propuestas claras en fondo y forma, necesitan seguir una estructura un formato para cada espacio radial.

Razón de mi propuesta La Radio Revista un formato útil para la difusión del Turismo de la Provincia de Imbabura en la que se apliquen segmentos pequeños, formatos para la radio producción cuyo objetivo es llegar a la población y visitantes de la Provincia de Imbabura para conocer su Provincia y hacer turismo en ella.

El turismo sostenible es considerado como una alternativa de desarrollo económico cada vez más sustentable para el país En 2008 un

comunicado del Ministerio de turismo señaló que el Ecuador recibió 1.005.297 visitantes extranjeros un récord que superó la cifra de 937.487 Turistas del 2007, Según los datos registrados por la dirección de migración.

En nuestro país una importante iniciativa para conservar los recursos naturales y culturales es la Alianza Ecuatoriana para el turismo sostenible (A E T S). Un esfuerzo global que promueve el turismo sostenible como mecanismo para la reducción de la pobreza y el crecimiento económico protegiendo la biodiversidad.

Las Áreas protegidas (APs) son espacios terrestres o marinos dedicados a la protección y el mantenimiento de diversidad biológica de los recursos naturales y de la pluralidad cultural asociadas a estos.

El sistema nacional de Áreas Protegidas es sumamente importante para el desarrollo de cualquier nación pues se trata de áreas que proveen, agua regulan el clima, controlan la erosión, albergan variedad de especies y tienen una gran importancia económica.

La AETS trabaja para fortalecer ocho áreas lo que permite proteger y conservar los recursos naturales del patrimonio nacional para uso de las actuales y futuras generaciones como parte del desarrollo sostenible del Ecuador.

### **Alianza Ecuatoriana de Desarrollo CD informativo**

Este trabajo de investigación tiene VI Capítulos:

El capítulo I Tiene como antecedente de este trabajo el diagnóstico de la situación del Turismo de la Provincia de Imbabura antecedentes,

planteamiento, delimitación del problema justificación objetivo general y específico.

La fundamentación científica o Marco Teórico relacionada con las teorías de la comunicación, problemas e interrogantes, matriz categorial son parte del II Capitulo.

La metodología empleada y desarrollada en este proyecto como tipo de investigación, métodos, técnicas e instrumentos, población y muestra en el esquema del proyecto. Sobre el Turismo en Imbabura son componentes del III Capitulo.

Análisis e interpretación de datos e investigación de campo.

Propuesta alternativa, justificación e importancia aplica pequeños formatos de la radio producción.

El capítulo IV contempla el análisis e interpretación de resultados.

En el Capítulo V Conclusiones y recomendaciones y en el Capítulo VI la propuesta alternativa y sus componentes.

# CAPITULO I

## 1 EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1 ANTECEDENTES.

#### 1.1.1 Genealogía de la Radio

Thomas Alba Edison, experimentaba con un cilindro giratorio, recubierto de una lámina de estaño, sobre el que vibraba una aguja .Después de múltiples ensayos, aquel genio consiguió escuchar una canción grabada por el mismo. El fonógrafo, abuelo del tocadiscos .El sonido había alcanzado la inmortalidad.

Con el nuevo invento, se podrían documentar los acontecimientos repetir cuantas veces se quisiera la canción preferida y tocar el Himno Nacional en los congresos sin necesidad de Orquesta. Se podía seguir oyendo a los muertos como si estuviesen vivos.

Cómo sumar inventos, como liberar el sonido manipulado por Edison y Bell ya podía enviarse el audio captado en el fonógrafo a través del veloz teléfono .Pero permanecían los cables; poco después en las afueras de la ciudad, el joven investigador Italiano daba una instrucción simple a su ayudante. Si suena tres veces, dispara una.

El muchacho corrió detrás de una colina con el receptor inalámbrico y una escopeta.

Desde su laboratorio con su primitivo transmisor de ondas hertzianas, Marconi pulso los tres puntos de la letra S en aquel alfabeto Morse que había aprendido hace muchos años de un viejo telegrafista ciego .Al



instante como por arte de magia se escuchó el disparo convenido. La telegrafía sin hilos, madre de la Radio había sido inventada.

Esto ocurrió en 1895. Un par de años más tarde, conectando una antena al transmisor, Marconi logro proyectar una señal a mil Kilómetros de distancia. Después alargando la longitud de onda, supero los 16 Kilómetros del canal de la mancha. En 1901 como un corredor después de entrarse para el gran salto, cubrió los 3,300 Kilómetros que separa Inglaterra de Terranova, en Canadá .Los nuevos telegramas volaban libres. Podían prescindir de los cables y los postes terrestres.

En la noche buena de 1906, el canadiense Reginald Fessenden realizo la primera transmisión de sonido. LOS RADIO TELEGRAFISTAS de los barcos que navegaban frente a las costas de nueva Inglaterra no captaron esta vez impulsos largos y cortos en clave Morse si no una voz emocionada leyendo el relato del nacimiento de Jesús y acompañada por un disco de Haendel Fessenden había logrado emitir la voz humana sin necesidad de códigos pero su proeza apenas alcanzaba a un kilómetro y medio a la redonda Como amplificar la voz como superar esa última barrera que liberaría para siempre el sonido .

Al año siguiente en 1907 Alexander Lee de Forest norteamericano descubre unas válvulas de electodos que transforman las modulaciones del sonido en señales eléctricas Estas ondas transmitidas de una antena a otra podían ser reconvertidas nuevamente en vibraciones sonoras. Con estos tubos de vacío, que servían igualmente para enviar o recibir nació la **RADIO**. Tal como la conocemos hoy sin distancia ni tiempo, sin cables ni claves sonido puro energía irradiada en todas direcciones desde un punto de emisión y recibidas desde cualquier otro punto, según la potencia de las válvulas amplificadoras.

Ahora sí. Ahora estaban dadas las condiciones para comenzar hacer radio En América latina La primera emisora con servicio regular fue la KDKA DE Pittsburg instalada en un garaje de la Westinghouse. El 2 de noviembre de 1920, el popular radioaficionado Fran Conrado daba a conocer los votos obtenidos por Warren Holding y James Cox, candidatos

## **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En la Provincia de Imbabura existe una falta de información sobre el Tema Turístico, no se producen programas de contenido turístico.

El personal de las Radios no está preparado, ya que en su mayoría no han hecho una carrera Universitaria son aprendices e improvisadores.

El mercado de la Radiodifusión se ha distorsionado, la Radio se ha convertido de un espacio de información en un espacio de compra y venta donde prima las cuñas radiales, y se pone música.

En la Provincia de Imbabura no se utilizan formatos dentro de la Radio difusión se practica una comunicación improvisada sin mensajes e investigación, sin fuentes.

El radio escucha no tiene alternativas la comunicación es superficial sin investigación, en la mayoría de programas el locutor o locutora improvisan el tema sin una previa investigación con frases repetitivas, con conocimientos vagos del tema.

En ninguna estación de radio existe un programa o un espacio donde se aborden temas de turismo.

Dentro de lo cultural existe poco conocimiento de la población sobre los sitios turísticos de la Provincia.

Los autores y gestores del turismo en la Provincia no han planteado iniciativas desde la comunicación.

No existen productos comunicacionales con este tema de los atractivos de nuestra provincia.

### **1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

La mayoría de la población de Imbabura desconoce sobre los lugares de sano esparcimiento y diversión.

Son pocos los lugares que conoce la población o tiene referencia, saben de los tradicionales: Yahuarcocha, Cuicocha, Chachimbiro, y no conocen las alternativas de turismo de la Provincia.

La Provincia de Imbabura y sus cantones posee riqueza natural, paisajística, cultural, gastronómica etc. lo que ponen en ella el sello inconfundible.

Esta programación está dirigida a todos los segmentos de la población la investigación y ejecución de este proyecto se realizó en la Provincia de Imbabura tomando en cuenta a todos sus cantones.

¿La población debe conocer el potencial turístico de la provincia de Imbabura?

### **1.4 DELIMITACIÓN**

Delimitación espacial: la investigación de campo se realizara en la provincia de Imbabura ya que esta radio revista tiene por objetivo dar a conocer los atractivos de la provincia.

## **1.5 OBJETIVOS**

### **1.5.1 OBJETIVO GENERAL**

Proponer la producción de una Radio Revista como un formato útil para la difusión de los atractivos turísticos de la Provincia de Imbabura.

### **1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Difundir los atractivos turísticos de la Provincia de Imbabura a través de los medios de comunicación: La Radio.
- Fortalecer el turismo mediante la información, las alternativas para cumplir las metas propuestas
- Proponer una guía de difusión dentro de la radio como una alternativa dentro de la programación.
- Socializar un espacio de cambio radial que fortalezca la información de los atractivos turísticos.
- Diseño de la Radio Revista.

## **1.6 JUSTIFICACIÓN**

Este trabajo de investigación está dirigido a la población de Imbabura a la Radiodifusión para que esta tome un tratamiento diferente de la producción sobre el tema de las nuevas Alternativas turísticas y su conocimiento y fortalecimiento, de este modo orientar a todos los segmentos de la población.

En lo educativo enseñar a través de esta radio revista a que los estudiantes preserven y cuiden de estos ya que los adolescentes cumplen un papel importante para la difusión y conservación de nuestro paisaje etc.

En lo cultural la promoción saber de lo nuestro conocer quien somos y que tenemos como parte de nuestra identidad.

En lo social, se conozca que dentro de las alternativas que ofrece la Provincia de Imbabura se complementen con servicios adicionales, Baterías Sanitarias, Puestos de Información, Basureros, Puestos de Comida Tradicional, es decir complementar con una buena logística a todos estos atractivos turísticos.

Beneficiará a la Provincia ya que se promocionara todas sus alternativas turísticas, estarán involucrados todos los sectores, El sector turístico, el del Comercio EL Hotelero, Los sitios de comidas en fin todo lo que abarca el turismo.

Es factible ya que se cuenta con una investigación, guías y estudios para la producción de esta Radio Revista es un demostrativo de un Formato de Radio que permite el tratamiento de temas de interés para la Comunidad y con esto haciéndola participe.

Radio Revista, que luego se pretende enlazarse con las demás Radios de la Provincia de Imbabura.

Una de las posibles limitaciones sería la aceptación de cambio de los formatos en los periodistas tradicionales.

Poder crear en los ciudadanos de la provincia conciencia de que primero esta lo nuestro de que los ciudadanos sientan a la provincia en su corazón se interese por descubrir todos los atractivos únicos que esta ofrece.

Los recursos económicos para la elaboración de este proyecto con los que se cuentan son propios de la Autora.

Esta Radio revista podrá ser difundida y utilizada en todos los campos como formato de Trabajo

## **CAPITULO II**

## 2. MARCO TEÓRICO

Para José Ignacio López Vigil (Mayo 1997), en su Obra: radia listas apasionados dice

“Hacer radio es seducir al oyente .La atracción puede darse con una noticia impactante con un sketch cómico o la plática amena de una animadora. Todos los formatos sirven. El caso es establecer esa corriente afectiva del emisor hacia el receptor y viceversa.”

El autor defiende la idea de hacer radio de comunicar, pero también de establecer una comunicación un vínculo entre el productor y el radio escucha, mantener su interés a través de un programa o espacio radial que cumpla con las demandas de la población no solo de estar informados, también de estar entretenidos.

Por esta razón el autor sugiere utilizar, todos los argumentos posibles para que el radio escucha se convierta en el personaje más importante dentro de la radio difusión Dice además que:

“Usted puede tener una buena voz, buenas iniciativas, saber de técnicas haber hecho cinco años de periodismo en la universidad. Pero si no siente algo por dentro, si no se mete en la magia del medio si no disfruta del programa, nunca llegara a ser un buen radia lista. Sera un trabajador de radio, pero no un comunicador .Porque habla bien pero no comunica.”

En radio no se necesita solo tener una buena voz se necesita sentirla , vivirla , crear una conexión con el radio escucha , y junto a esta un gran amor por lo que se hace , innovar cada día , hacer una programación buena , pero que no dure para siempre ponerle todos los días un ingrediente

adicional un esquema distinto para no aburrir al radio escucha hacer que esta programación sea una necesidad por que esta tiene todo lo que necesita el radio escucha y el locutor sabe el momento exacto donde , va lo cómico , lo cultural , lo atractivo , la chispa de su programa que hace a este el mejor no uno de los muchos del montón , porque el comunicador va más allá se prepara da todo de sí y es feliz con su público ya que ellos son las estrellas de su programa .

Para Carlos Rafael Diéguez Bastida (Julio 2002), en su obra, Periodismo Radial dice:

“La idea es tan importante como el propio desarrollo del programa , una revista informativa tiene un estilo , tonos y formas para elaborar y difundir el mensaje ; es tanta la variedad del escenario receptor que se torna muy difícil hacer que la idea inicial” prevalezca , por tanto el director debe ser muy profesional ha de convertirse en un lince para mantener la idea o tema central “.

El autor acertadamente habla del contenido de los mensajes radiofónicos , la importancia de dirigirse al público con mensajes elocuentes , cosa que no sucede en nuestra ciudad , la mayoría de los programas radiales , están dirigidos por improvisadores .

Para estructurar un programa radial, no se necesita solo de un locutor con un vozarrón se necesita de un equipo de profesionales de la comunicación con mística y sobre todo visionarios, creativos, que cubran las necesidades del oyente.

Donde conviertan a los radio escuchas , en oyentes apasionados por la radio que hacen de esta , su compañía , porque han encontrado dentro



de estas , buenas alternativas que no solo informan , entretienen e interactúan con el público .

Eso es hacer radio, vivir con el oyente interactuar adelantarse a él, saber las necesidades del radio escucha.

Una programación amena donde se haga sentir que la programación es por el oyente y para el sin él no habría razón de ser de la radio.

Una radio revista es más delicada, un conjunto una cadena que interactúa y su desenlace es aún más interesante, porque de principio a fin debe hacer que el radio escucha tome mayor ate

## **COMUNICACIÓN PARA UNA CIUDADANÍA CRÍTICA**

Para Teresa Quiroz en su obra Comunicación para una ciudadanía crítica (Abril-2002)

"La comunicación y la educación pensada hoy, con el apoyo de los medios tradicionales y de los nuevos medios, tiene un énfasis cada vez más en el sujeto, la realidad y sus posibilidades de comunicación".

Estamos inmersos en acelerados cambios, por esta razón la radio producción debe cambiar su estructura en la velocidad de los hechos y de la información deben estar pensadas en la necesidad de información del oyente y sus necesidades darle un enfoque social en educación y cultura.

No hacer de la información un negocio servir a la comunidad no servirse de ella.

## **TURISMO EN ECUADOR**

(Ministerio de Turismo Boletín Informativo MAYO-2009) dice

El número de extranjeros que visitó Ecuador en el primer semestre de 2005 aumentó un 12 por ciento con respecto a igual periodo de 2004, informó hoy el Ministerio de Turismo. Un total de 437.801 extranjeros entraron como turistas a Ecuador durante el primer semestre del presente año, lo que supuso 52.000 más que ese mismo lapso de 2004, precisa un informe del Ministerio divulgado hoy.

El mejor mes para el turismo en el primer semestre fue marzo, con la llegada de 86.212 extranjeros, seguido de junio con 82.671, y enero con 77.448 visitantes, indica el documento.

El Ministerio de Turismo atribuye el incremento de visitas al empuje que dio el Gobierno a un plan de promoción turística en el exterior. Recuerda que en el último año se han instalado más de diez oficinas de promoción turística, que atienden la demanda en Europa, Estados Unidos y Suramérica. Las autoridades turísticas de Ecuador aspiran a que al finalizar este año el número de visitantes extranjeros llegue 850.000, un 15 por ciento más que en 2004. **EFE**

**Turismo del Ecuador** - El Ecuador se encuentra ubicado en el noreste de América del Sur, atravesado por la línea ecuatorial que hace que su territorio se encuentre dividido entre dos hemisferios: Norte Sur, otorgándole así una posición única en el mundo. Las Cuatro Regiones Naturales: Costa, Sierra, Oriente y Región Insular.



Sin duda es el país de la mega diversidad y posiblemente uno de los más ricos del planeta, pues gracias a sus grandes contrastes, en su pequeño territorio conjuga cuatro regiones naturales que ofrecen una inmensidad de

suelos, climas, montañas, páramos, playas, islas y selva, que a la vez constituyen el hogar de miles de especies de flora y fauna.

Pero el Ecuador no sólo es rico en naturaleza también es rico en su gente, pues su territorio es padre de 14 nacionalidades indígenas con costumbres, idiomas y tradiciones múltiples.

Solo como muestra de la increíble flora más de 10 mil especies de plantas existen en la Serranía ecuatoriana, 8 200 especies vegetales de la Amazonia, de las que 2 725 pertenecen al grupo de las orquídeas y a las que se suman 600 especies nativas de la Región Insular. Así mismo Ecuador es dueño del 8% de las especies animales y 18% de las aves del planeta.

Con el fin de proteger espacios naturales el Estado ecuatoriano ha declarado la existencia de 10 parques nacionales, 14 reservas naturales y un refugio silvestre, todos protegidos por el gobierno.

Ecuador comenzó una nueva etapa en su difusión como destino prioritario para los viajeros del mundo, una vez que arrancó el nuevo Plan Estratégico para la Promoción Turística, sustentado en tres ejes: un Programa Integral de Marketing con la marca Ecuador, la apertura de Oficinas de Promoción en el Extranjero y una campaña en los medios más grandes de América y Europa.

El Plan es una iniciativa del Fondo Mixto de Promoción Turística del Ecuador (FMPT), que es un fideicomiso mercantil financiado con recursos del sector privado y del Gobierno Nacional. En la entidad participan representantes del Estado, de los gremios de Sector Turístico, los Operadores Especializados, el Sector Hotelero, de Ferias, Seminarios y Aerolíneas.

Para cumplir los objetivos trazados, el FMPT emprenderá la contratación de las denominadas “Oficinas Ecuador”, encargadas de difundir al país en el extranjero por intermedio de alianzas con las empresas turísticas locales para difusión y marketing, la preparación de viajes con prensa internacional y el estímulo a la inversión extranjera en el país.

Patricio Tamariz, Director Ejecutivo del FMPT, indicó que las “Oficinas Ecuador” estarán manejadas por empresas de relaciones públicas de reconocido prestigio mundial y serán las encargadas de educar a la industria turística de América y Europa en la venta del país como destino prioritario para vacaciones. Su apertura no implicará la contratación de personal ecuatoriano en el extranjero y la firma de los contratos para el proyecto será encargada a la Corporación para la Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI).

Las áreas de operación de los centros internacionales se ubicarán en: EEUU, Canadá, Brasil, Argentina, Chile, Inglaterra, Alemania, Austria, Suiza, Holanda, Bélgica, Luxemburgo, Francia, España e Italia. Según el cronograma del Plan Estratégico, las “Oficinas Ecuador” comenzarán a funcionar a inicios del 2005 con una inversión aproximada de 600 mil dólares al año, recursos que vendrán del sector privado y el Gobierno Nacional.

Con el objetivo de reforzar el trabajo de promoción externa, el FMPT también emprenderá una campaña de televisión en las principales empresas periodísticas del mundo como las cadenas CNN Internacional y CNN en Español. Además, está listo un nuevo material de promoción escrito y audiovisual elaborado en tres idiomas: inglés, alemán y español.

En estos productos comunicacionales se exhiben las principales atracciones de la Sierra, Costa, Amazonía y Galápagos con imágenes y tomas de alta calidad.

El nuevo Plan Estratégico contempla, adicionalmente, un programa para elevar la presencia del Ecuador en las diferentes Ferias de Turismo Internacional.

El Ecuador es un país rico en su diversidad existen varias campañas para fomentar el turismo el gobierno nacional y el ministerio de turismo se han enfocado en promocionar, pero a través de estas campañas no se explota todo el turismo del país.

Por esta razón es necesario que cada provincia desarrolle su potencial turístico en cuanto a las nuevas alternativas turísticas, planteadas desde las comunidades y todos los parajes que existen dentro de cada una de estas.

## **DESCRIPCIÓN DE LA PROVINCIA DE IMBABURA**

La provincia de Imbabura, participan de la hoya central occidental del Chota ubicada entre los nudos de Boliche al norte y de Mojanda-Cajas al sur. La provincia encierra hermosos y fértiles valles como o Ibarra, Otavalo, Atuntaqui y Cotacachi.

En los puntos más profundos de hoya se asienta los pobladores del Chota (1.535 mts.) y Juncal.

En esta provincia las más importantes estribaciones de la cordillera son las de Lanchas, Cayapas, Toisán e Intag y la montañas de Quisoya. La

cordillera oriental se denomina Pimampiro y de Cofanes. En el interior de hoya se encuentran las estribaciones de Angochagua que comienzan sobre el nudo de Mojanda –Cajas , al este de Cusín, en los páramos de Pesillo, avanza entre los río Tahuando y Chamachán, sigue por las orillas del río Chota y el pueblo de Ambuquí con el cerro de Pinllar.

La provincia sienta con vario ríos. De este a noreste corre el río Chota que su origen se denomina Chamachán, aumenta su caudal con los ríos que descienden del nudo de Huaca y otros de menor caudal para formar el Ambi que se junta al Chota más abajo del pueblo de Mira, nombre que desde ahí recibe el río.

#### **DATOS DE INTERÉS**

- Extensión: 4.559,3 Km<sup>2</sup>.
- Ubicación: Norte del país.
  
- Límites: Al norte la provincia del Carchi, al sur la provincia de Pichincha, al este la provincia de Sucumbíos, y al Oeste la provincia de Esmeraldas.
  
- Población: 329.755 habitantes.
  
- Cantones: Ibarra, Otavalo, Cotacachi, Pimampiro, Antonio Ante, Urcuqui.
  
- Clima: La temperatura media anual oscila entre 9,9 °C (Estación Meteorológica Iruguincho) y 22,9 °C (Estación Meteorológica Lita). Los rangos de precipitación media anual varían entre 310,3mm (Estación Meteorológica Salinas) y 3.598mm (Estación Meteorológica Lita).

- Recursos Naturales: Maíz suave y caña de azúcar. Piedra caliza y aguas termales naturales. Frutas extra trópicas y tropicales. Producción de totora y cabuya.
- Actividad Económica: Exportación de artesanías, prendas de vestir y artículos de cuero. Comercio interno de productos agrícolas, alimentos y bebidas.
- Fiestas Provinciales:
  - 25 de Junio de 1824 - Creación de Provincia de Imbabura.
  - 28 de Septiembre 1606 - Fundación de Ibarra.
  - 17 de Julio de Cada Año - Batalla de Ibarra.
- Fiestas Religiosas:
  - Segunda Semana de Septiembre - Fiesta de “LA JORA “.
  - 21 de Junio - Fiesta del “INTY RAYMI “.
  - Primera Semana de Septiembre - Fiesta del “YAMOR”. Arriba

## **LUGARES TURÍSTICOS**

### **IBARRA**

Ibarra, capital de la Provincia de Imbabura lleva este nombre en honor a Don Miguel de Ibarra VI Presidente de la Real Audiencia de Quito quién ordenó su Fundación por mandato del Rey Felipe de España el 28 de Septiembre de 1606.

Conocida como la Ciudad Blanca por ser Villa de los Españoles aún conserva su sabor de antaño, cada rincón guarda recuerdos del pasado que se proyectan al presente y donde armoniosamente se combina lo colonial con lo moderno.

En el Valle de Ibarra parece haberse perennizado la primavera, su clima veraniego, sus verdes y extensos campos la convierten en un Oasis Natural.

## **IGLESIAS**

- Iglesia Catedral: De estilo Romano fue reconstruida después de terremoto de 1868 en su interior se puede admirar la Colección de la Serie de los Apóstoles de Troya y valiosas obras de Arte de la Escuela Quiteña.
- Capilla Episcopal: Existió anterior a la Iglesia Catedral consta de una sola nave en su altar mayor se venera la Imagen de Cristo Crucificado de la época Colonial. En este lugar el Obispo celebra las Confirmaciones.
- Santo Domingo: De estilo Moderno se encuentra regentado por los Padres Dominicos en su altar mayor se venera la Imagen de la Virgen del Rosario.
- San Agustín: Depositario de raros ejemplares que existieron antes del Terremoto de 1868 como Santa Ana, San Joaquín y Santa Mónica.
- San Francisco: Construida en 1948 llama la atención su fachada de piedra laja en su altar mayor se venera la Imagen de la Virgen de Fátima traída de Portugal adornada por 12 estrellas que representan las tribus de Israel.

## **MUSEOS**



- Religioso Fray Pedro Bedón: En honor al Padre Dominico Pintor Fray Pedro Bedón O.P. a cargo de la Comunidad Dominica en sus Salas se exhiben importantes muestras de arte colonial de los Siglos XVI y XVII así como lienzos pertenecientes a artistas de renombre como Troya, Mideros, Reyes y Salas y otros.
- Museo De Arte Moderno: Lleva el nombre del Pintor Don. GILBERTO ALMEIDA en él se exhiben famosas obras de su autoría que han recorrido varios países, muestras arqueológicas y colecciones en bordados complementan este Museo.

## **RINCONES TRADICIONALES**

- El Alpargate: Con esta denominación se conoce a la Calle José Domingo Albuja, rincón tradicional de la ciudad en donde aún se observan antiquísimas viviendas de adobe, únicos vestigios anteriores al terremoto. En él se encuentran Restaurantes donde se preparan los Platos tradicionales de la Región.
- Esquina Del Coco: Fue el punto de referencia que utilizó García Moreno para estructurar el plano de la ciudad, la palmera que existe hasta hoy correspondió a los huertos de la Flia. Gómez de la Torre.
- San Juan Calle: Lugar de inspiración escribir historias de misterio como El Padre sin Cabeza y La Caja Ronca, conserva el estilo antiguo de la ciudad con su arquitectura vernácula.
- Avenida El Retorno: Lleva este nombre por los acontecimientos sucedidos luego del Terremoto de Ibarra por ella retornaron los sobrevivientes de esta tragedia 4 años más tarde con el propósito de reconstruir la ciudad.

- Casa De Pedro Moncayo: Fue el domicilio de este ilustre ciudadano Ibarreño escrito, político, periodista, historiador, su casa conserva la Arquitectura Tradicional de principios del siglo XX, se destaca su patio central, crujías laterales y amplios corredores. Actualmente funciona la Casa de la Cultura Ecuatoriana.

## **ARQUEOLOGÍA**

- Tolas El Tablón: Localizadas al este de la Laguna de Yahuarcocha pertenecen al Periodo Tardío que data de 700 a 1500 D.C. en ella se encontraron importantes vestigios arqueológicos, complementa este conjunto una importante piedra ceremonial que ocupa la parte alta.

## **HACIENDAS**

- Chorlaví: Ubicada a 4 Km. de Ibarra, su nombre en lengua nativa significa “Nido de Amor” arrullado por las aguas del Río Amarillo, tiene su leyenda porque fue el sitio privilegiado para los furtivos encuentros entre la princesa Paccha y el Inca Huaynacpac.
- Zuleta: Ubicada a 16 Km. de Ibarra, casa colonial e histórica por haber sido propiedad del Ex Presidente de la República Don Galo Plaza Lasso, productiva hacienda en la agricultura, ganadería y la piscicultura. La construcción tiene influencia Romano, Griego y Dórica su origen se remonta al siglo XVII consta de 3 patios. En 1916 la madre de Don Galo Plaza Lasso adquirió esta propiedad.
- La Esperanza: Ubicada a 8 Km. desde Ibarra pueblo antiguo de influencia española que existió desde antes del terremoto de 1868 refugio de los sobrevivientes de esta catástrofe. Antiguamente

estuvo rodeada de haciendas como la de San Clemente de los padres Mercedarios y San Juan del ilustre Teodoro Gómez de la Torre. Los propietarios cedían a los trabajadores las tierras que ya no les servían para que las habitaran así se asienta una comunidad indígena que se dedica a la agricultura y ganadería así como al trabajo artesanal de artículos de cuero en el caso de los hombres y los bordados a mano las mujeres .

## **LUGARES HISTÓRICOS**

- Hacienda La Victoria: Ubicado al Nororiente de la ciudad lugar importante por ser escenario de la Batalla de Ibarra comandada por el Libertador Simón Bolívar en contra de las Tropas del Coronel Agustín Agualongo toma este nombre después de este triunfo.
  
- Caranqui: Símbolo de las etapas más ricas de la historia del Ecuador. Pueblo antiguo lugar de asentamiento de los Quitus, Caras e Incas que se resistieron a la conquista incásica y luego por ser imperio y cuna de nuestro último Shyri Inca Atahualpa. Punto de irradiación de cultura y conquista. Mirador estratégico en épocas pasadas para avanzar la llegada del enemigo y hoy mirador para obtener una visión panorámica de la ciudad.
  
- Templo Del Sol: Construido por orden del Inca Huaynacpac luego de la batalla en que muriera el Shyri Cacha, en los aposentos reales de de este templo nace Atahualpa era una réplica del palacio del Cuzco.

## **MIRADORES**

- Yuracruz: O Alto de Reyes a 4 Km. de la ciudad es un mirador natural que permite observar claramente a la ciudad de Ibarra, Laguna de Yahuarcocha, el Imbabura y el Cotacachi logrando obtener interesantes imágenes fotográficas.
- San Miguel Arcángel: Ubicado a 3 ½ km. de la ciudad de Ibarra, espectacular sitio que posibilita una panorámica de la ciudad y de la laguna de Yahuarcocha.

## **MONTAÑAS**

- Imbabura: A 4630 m.s.n.m a él se le atribuye el nombre de nuestra Provincia ubicado en el centro de la Hoya del Chota.

## **VALLES**

- Valle Del Chota: Situado a 34 Km. al norte de Ibarra, habitada por la comunidad Afro ecuatoriana con interesantes manifestaciones culturales representadas en su música y danza. Valle regado sus tierras por el río Chota que las hace fértiles y aptas para el cultivo de frutas tropicales, su clima es recomendado para las enfermedades artríticos reumatoides.
- Valle De Salinas: A 30 Km. de Ibarra denominado así por el alto contenido de sal en sus suelos rodeado de haciendas que se dedican al cultivo de la caña de azúcar.
- Valle De Lita: Ubicado a 96 Km, de Ibarra punto de partida al puerto de San Lorenzo, pertenece a la vieja estación del ferrocarril, El río del mismo nombre converge a tres provincias Carchi, Imbabura y

Esmeraldas. Al internarse a la montaña se logrará mirar la forma de vida de la Etnia Awa.

## **LAGUNAS**

- Yahuarcocha: A 3 Km. de Ibarra históricamente célebre por la batalla librada entre Incas y Caranquis la cual consolidó el Tahuantinsuyo. Está rodeada de una autopista considerada la mejor de Sudamérica a él se dan cita pilotos de renombre que compiten por su mejor marca.

## **ANTONIO ANTE**

Geográficamente se encuentra en el centro de la Hoya de Ibarra, es el cantón más pequeño de la provincia. Goza de un clima agradable y, posee tierras fértiles aptas para el cultivo de cereales y legumbres por lo que se le considera “El granero de Imbabura”.

Rincón Imbabureño progresista, históricamente representativo por ser la cuna de Duchicelas y Caras, escenario de la sangrienta lucha en la que muriera Cacha sucediéndole su hija Paccha.

Se le atribuye la reminiscencia geográfica histórica de la región norte del Ecuador. Sus campos multicolores fueron el lugar de verano del Inca o Emperador y su séquito.

## **IGLESIAS**

- Santa Martha: Fue restaurada conservando su arquitectura original, ostenta importantes muestras de arte en imaginería colonial.

- Iglesia Del Santo Sepulcro:
- De origen colonial, en su altar mayor se venera la imagen del Sagrado Corazón de Jesús, denominado Santuario por la devoción que profesa el pueblo católico al Santo Sepulcro.
- Tolas:
- Perteneciente a los períodos de Integración y Tardío, se han encontrado diseminadas en el sector evidencias arqueológicas que guardan historia de pueblos pasados. Se lo llama el pueblo de las Tolas y las funciones de estas fueron diversas: funerarias, ceremoniales o habitacionales, en este conjunto se destacan las más grandes como son: Pailatola, Orozcotola y Pupotola que atraen la atención de arqueólogos e investigadores.

## **ARQUEOLOGÍA**

- Tolas: Perteneciente a los períodos de Integración y Tardío, se han encontrado diseminadas en el sector evidencias arqueológicas que guardan historia de pueblos pasados. Se lo llama el pueblo de las Tolas y las funciones de estas fueron diversas: funerarias, ceremoniales o habitacionales, en este conjunto se destacan las más grandes como son: Pailatola, Orozcotola y Pupotola que atraen la atención de arqueólogos e investigadores.

## **COTACACHI**

Es el cantón más extenso de la provincia de Imbabura, sintéticamente este paraje nos resume el valor del pueblo indígena que lo

habita, producto del asentamiento de tribus nómadas que arribaron centenares o millares de años antes de la conquista española.

Villa apacible de tierras fértiles, prados y campiñas, asentada en las faldas del Cotacachi, ciudad encantadora que Fray Pedro de la Peña la había escogido para fundarla.

Considerada la Capital Musical del Ecuador por la afición que expresa su pueblo por la música; denominada etimológicamente como CASTILLO DE LUZ, por la fusión de elementos naturales, culturales y sobre todo artesanales.

## **IGLESIAS**

- Matriz Santa Ana: Luce imponente reflejando la cristiandad de su pueblo. En su altar mayor se venera la imagen de la Patrona de la ciudad, SANTA ANA, que fuera adquirida a la comunidad de Azama por “voluntad divina”, sobresalen antiguos ejemplares de arte del Siglo XVII como El Señor de la Columna y San Nicolás de Bari tallado en madera policromada.
- La Dolorosa: Construida después del terremoto de 1955. Conserva en su interior imágenes representativas de estilo colonial.

## **MUSEOS**

- Museo De Las Culturas: Es depositario de la historia e identidad cultural de Cotacachi, en las salas se exhiben los aspectos

etnográfico, arqueológico, artesanal y musical, exponentes de la vida de este pueblo.

#### **HACIENDA:**

- Hacienda Pinsaqui: La vieja hacienda guarda la historia de nuestro país, en ella se firmó el Tratado de Paz entre Ecuador y Colombia denominado Pedemonte - Mosquera.

#### **ARQUEOLOGÍA**

- Tola De Pinsaqui: Recinto arqueológico rico por la presencia de tolas y tradicionales monumentos funerales indígenas, vestigios de ritos ceremoniales utilizados para enterrar a los difuntos.
- Tolas De Gualiman: Estratégico lugar ceremonial, compuesto de TOLAS piramidales y tolas de acceso, vestigios arqueológicos que conforman un Museo de Sitio.

#### **TERMALISMO**

- Yanayacu: Ubicadas 1Km. al Nor Occidente de Cotacachi, sus aguas tienen una temperatura de 17°C con poderes medicinales.
- Nangulvi: Ubicado en el Valle del mismo nombre, a 3Km. de Apuela, es un manantial de origen volcánico, sus aguas alcanzan temperaturas de hasta 71°C., poseen propiedades curativas para el tratamiento de enfermedades de tipo reumatoide, artrítico e hipertensión arterial.

#### **LAGUNAS**



- Laguna De Cuicocha: Denominada también Laguna de los Dioses está ubicada 12 Km. al Sur Oeste de Cotacachi y a 3.068 m.s.n.m. Fue el máximo santuario para el culto religioso de sus habitantes. Es el único lago imbabureño de origen cratérico, en el sobresalen dos islotes Teodoro Wolf y Yerovi, separados por el canal del Ensueño esta laguna es apta para el buceo de altura. Circunvalando el Lago se encuentra el sendero de autointerpretación, Gorky Campusano, apto para la práctica de Trekking, le tomará 4 a 5 horas recorrerlo.
- Lagunas De Piñán: Situada al Nor Occidente de Urcuquí y a 3.000 m.s.n.m., es un complejo lacustre donde sobresalen las lagunas de Donoso, Susacocha y Cristococha, cubiertas de pajonales y regadas por ríos cristalinos que ofrecen un paisaje impresionante. Piñan le ofrecen la posibilidad de pescar truchas de gran tamaño de la variedad arco-iris y además observar una variedad de aves y especies en extinción.

## **MONTAÑAS**

- Volcán Cotacachi: Con una altitud de 4.949 m.s.n.m., es considerado el volcán más activo del Ecuador, sin embargo es posible realizar el ascenso a su cima, sus deshielos alimentan el Lago Cuicocha y forma parte de la Reserva Ecológica Cotacachi - Cayapas.

## **RESERVAS**

- Reserva Ecológica Cotacachi – Cayapas. La comparten las provincias de Imbabura y Esmeraldas, con una extensión de 204.420 Has. es el área protegida más importante del mundo por su biodiversidad.
  
- Mirador De Cuicocha: Está ubicado en la parte alta de la Laguna de Cuicocha, desde donde se obtiene una visión panorámica de casi todo el Valle de Imbabura: Lago San Pablo, Otavalo, Altos de Mojanda y Atuntaqui.
  
- Valle De Intag: Reserva natural que permite la observación de flora y fauna exótica. Esta situado 84 Km. al Oeste de Cotacachi, es una zona que se extiende hasta Esmeraldas, en la costa, tiene temperaturas de 25° a 30°C, sus tierras son aptas para el cultivo de frutas tropicales.
  
- Bosque Protector La Florida: Bosque Andino Primario tapizado de orquídeas, helechos, y flores silvestres, es refugio de especies en extinción como el oso de anteojos el cóndor, etc. Su acceso es limitado para el ecoturismo en razón de que es propiedad privada.

## **OTAVALO**

Conocido como el “Valle del Amanecer”, turísticamente es el Cantón más importante de la Provincia de Imbabura, es también asentamiento de una próspera Comunidad Indígena, Los Otavalos, quienes han recorrido todo el mundo difundiendo su famoso Mercado Indígena y llevando consigo su música y su arte. La ciudad de Otavalo es una mezcla de historia, costumbres, cultura y folclore. Ella le ofrece la posibilidad de disfrutar de hermosos paisajes naturales, conocer su diversidad étnica, descubrir

costumbres ancestrales, admirar el ingenio y destreza en sus trabajos manuales así como la oportunidad de involucrarse en el mundo de los negocios.

Se encuentra dotado de excelente infraestructura hotelera y turística lo que facilitará una feliz estadía al visitante nacional e internacional.

## **IGLESIAS**

- San Luís: En ella se venera al Señor de Las Angustias, imagen antigua de tamaño natural en actitud yacente.
- San Francisco: Depositaria de obras de gran valor artístico como el Cuadro del Calvario de tamaño natural en el que se destaca la Imagen de Nuestra. Sra. de Las Angustias con características sevillanas.
- El Jordán: Hermosa por su fachada colonial en la que se observa piedras poli angulares de procedencia Incaica, ella guarda selectos ejemplares artísticos del estilo colonial y republicano destacándose el Grupo de Imágenes del Bautismo de Jesús, figuras policromadas del siglo XVIII.
- Gruta Del Socavón: Sitio donde se venera la imagen de la Virgen de Monserrate, altar erigido en una apacible vertiente.

## **MUSEOS**

- Instituto Otavaleño De Antropología: Es uno de los Centros de Investigación más importantes de la Provincia, en cada sala se exhiben interesantes colecciones de Arqueología en la que sobresale una réplica del cráneo del Homo Sapiens Otavalenses,

Etnografía demostrando las costumbres indígenas otavaleñas y Musical con una colección de instrumentos andinos.

- Museo César Vásquez Fulle: Importante centro académico en el cual se exhiben riquísimas muestras arqueológicas que permiten la comprensión de la existencia de culturas pasadas.
- Museo Víctor Alejandro Jaramillo: Fue domicilio de Don Víctor Alejandro Jaramillo en él se presentan valiosas muestras arqueológicas pertenecientes a pueblos locales.

## **ARQUEOLOGÍA**

- Pucara De Rey Loma: Antigua fortaleza que a más de considerarse evidencia arqueológica conformada por terrazas es un interesante mirador natural que permite observar el Valle circundante.
- El Lechero: Está ligado a la leyenda de formación del lago San Pablo, árbol mítico para los indígenas al que rinden veneración y le entregan ofrendas. En épocas pasadas fue lugar de ceremonias sagradas.

## **TERMALISMO**

- Yanayacu: Ubicado al occidente a 1 Km. de Otavalo, balneario de aguas termales con propiedades curativas para contrarrestar enfermedades de la sangre.
- Lagartijas: Vertiente natural altamente mineralizada apta para tratamiento de artritis y hepatitis.

- Tangali: Ubicado a 15 Km. al occidente, fuentes de aguas termales con alto poder curativo por la componentes minerales de sus aguas.

## **PIMAMPIRO**

Pueblo antiquísimo de gran ancestro, fue una tribu importante, poderosa, libre e independiente. Existió antes de la venida de los Shyris en el año 930 de la era cristiana. Aún se encuentran vestigios de esa época.

Su fuente de riqueza constituyó el cultivo y comercialización de la coca, la misma que intercambiaban con oro, plata y animales traídos por otras tribus.

Considerado el cantón agrícola por la fertilidad y gran productividad de sus tierras que prodigiosamente acepta toda clase de cultivos.

## **IGLESIAS**

- Iglesia De San Pedro: Rodeada de antiguas construcciones. La Iglesia Matriz de estilo moderno guarda como recuerdo de la Historia Nacional un Sagrario de plata repujada y ejemplares del siglo XVIII como el Señor Resucitado, el Grupo del Calvario y la Dolorosa.
- Iglesia De Shanshipamba: A 18 Km. de Pimampiro está una pequeña iglesia en cuyo interior su pueblo rinde veneración a la imagen de la Virgen del Rosario esculpida en piedra en alto relieve. Fue encontrada en la quebrada del lugar hace 13 años.

## **ARQUEOLOGÍA**

- La Mesa: Sitio arqueológico ubicado a 8Km. de Pimampiro en el que se conservan estructuras de piedra de la época incásica.
- Caminos De Piedra: Estas evidencias se encuentran en sitios como: Yunguilla, Cebadal,
- Buenos Aires y otros.
- Terrazas: Son vestigios claros de la presencia Inca, se constituyeron como sistemas de cultivo en tierras laderasas de lo que hoy es Chugá, San José, Quinta Yuquín, Shanshipamba y otros.
- Sector Del Inca: Anteriormente se le denominaba CUAMBAQUI, tiene una extensión de 30 a 40 Has. lugar en el que se han realizado varias excavaciones, encontrando valiosísimas muestras arqueológicas que son exhibidas en los principales museos de nuestro país.

## **TERMAS**

- Hacienda San José: Ubicadas en la Hacienda del mismo nombre, son vertientes de origen volcánico y con poder curativo.

## **MIRADORES**

- El Campanario: A 30 minutos de Pimampiro, es una colina con características especiales, a la cual se llega por un solo acceso, permite observar en toda su extensión al valle y su producción agrícola.

- Río Mataqui: Rodeado de peñas en forma de terrazas agrícolas utilizadas por los primeros pobladores. Este río le permite disfrutar de un saludable baño en sus cristalinas aguas y, además practicar la pesca en abundancia.
- Laguna Puruhanta: Ubicada a 22 Km. al sur de Pimampiro, forma parte de la Reserva Ecológica Cayambe - Coca, en esta hermosa, misteriosa y legendaria laguna se origina en el río Pisque. Después de cinco horas de caminata desde Nueva América y con la ayuda de un buen guía se visita este atractivo paraje que aún conserva su estado natural.

## **URCUQUÍ**

En su pequeña geografía aún se pueden encontrar pequeños pueblitos que conservan su arquitectura popular y tradicional, reflejando un sabor colonial.

**IGLESIA MATRIZ:** Conserva en su interior importantes imágenes de rico valor artístico, destacándose la Inmaculada Legardina que data del siglo XIX, además policromías de San Miguel Arcángel y esculturas de Nicolás Gómez.

**HACIENDA SAN JOSÉ:** Inicialmente perteneció a los Jesuitas, quienes utilizando la mano de obra de los esclavos negros producían caña de azúcar en grandes cantidades.

**IRUGUINCHO:** Ubicado a 5Km. de Urcuquí es un pequeño poblado que conserva su arquitectura vernácula, típica vivienda de la serranía ecuatoriana que es habitada por el campesino.

**CERRO YANAHURCO:** Se encuentra a 4.556 m.s.n.m., su nombre se deriva del quichua Yana - Negro, y Hurco - Cerro que significa Cerro Negro. Los amantes del andinismo pueden escalarlo hasta llegar a su cima y encontrarse con un hito construido por el Instituto Geográfico M

## **2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **2.1.1 Modelos de la Comunicación**

#### **2.1.1.1 Teoría Funcionalista**

##### **a) Modelos Funcionalistas**

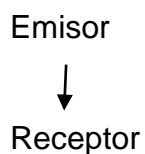
Introducen modificaciones en el modelo behaviorista. En primer lugar, los estímulos que toma en cuenta son los que proceden de los “órganos de la sociedad” o les afectan; entendiendo el término “órgano social” en sentido muy amplio: por ejemplo, grupos de opinión, consumidores, etc.

El Funcionalismo adopta la tesis de que todo estímulo que contribuye a asegurar la función social es funcional; y todo estímulo que quebranta el desempeño de esa función es disfuncional; los estímulos que no afectan a las funciones socialmente necesarias se consideran a funcionales.

##### **b) Modelos Estructuralistas**

Estos modelos designan la configuración de un sistema de intercambio entre cualquier clase de actores sociales. Tratan de identificar lo que hay de común en otros modelos obtenidos de realidades muy diferentes.

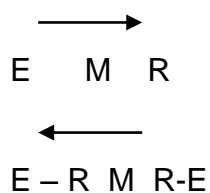




La teoría funcionalista es la adecuada ya que me permite analizar a los programas de Radio, sin formato, la carencia de formatos en la programación de las emisoras de la Provincia de Imbabura.

La falta de productos comunicacionales con corte turístico.

### TEORÍA ESTRUCTURALISTA



Teoría que se acopla con este proyecto ya que propone una interrelación que permite convertirse el receptor en emisor del mensaje que recibe.

Mi trabajo persigue precisamente eso.

Que el público que escuche la Radio Revista se convierta en guía turístico de su lugar de origen para propios y extraños.

Entrando en una interrelación de tipo Modelo dialectico es decir



En una acción recíproca en donde el receptor también es emisor y el emisor se convierte también en Receptor.

### **2.1.2 TEORÍA DE LA INFORMACIÓN**

Antiguamente, la Teoría de la Información era también conocida como Teoría Matemática de la Comunicación. Ésta analiza cuál es la cantidad de señales que pueden transportarse por un determinado canal.

Los aspectos de los procesos de comunicación que interesan a esta teoría son:

- Determinar la cantidad de información que puede contener un flujo de mensajes
- Determinar el canal o red de comunicación alternativa, por la que puede circular más información.
- Determinar las formas de codificación.
- Determinar los efectos que sobre la decodificación puede producir las perturbaciones introducidas durante el transporte. Es decir, y en otras palabras, que las condiciones óptimas para la transmisión de mensajes son:
  - Que al número más reducido posible de señales se ajuste la mayor cantidad de mensajes diferentes posibles.
  - Que se seleccione el canal más apropiado para hacer circular más información y al mayor número de usuarios.

- Que se construya un código que elimine o al menos trate de eliminar la ambigüedad en su determinación.
- Que se limiten al máximo los “riesgos” de la distorsión y del ruido en la transmisión

### **2.1.3 TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN**

La Teoría de la Comunicación estudia la capacidad que tienen algunos seres vivos de relacionarse con otros intercambiando información. Es una reflexión científica muy nueva, pero en cambio, su objeto de estudio, la comunicación, es una actividad muy antigua: la aptitud para servirse de la información en la interacción la poseen especies animales que habitaban en la tierra mucho antes que el hombre.

Es la teoría en caminata a fundar el estudio de los comportamientos comunicativos.

Esta teoría está interesada en explicar cómo el ser vivo controla su entorno mediante el recurso a la información.

El estudio de la comunicación sirve para comprender el mecanismo por el cual quien inicia la actividad comunicativa consiga lograr sus objetivos sin recurrir a la acción ejecutiva. Según esto, se comprende el interés que ha despertado este estudio en las llamadas Disciplinas Instrumentales, o disciplinas que persiguen fines instrumentales. Se llaman Disciplinas Instrumentales aquellas que están interesadas en conocer las técnicas adecuadas para hacer que el receptor haga determinadas cosas de determinada forma (comprar, votar,...) y del modo y manera que desea el emisor.

La palabra comunicación proviene del latín "comunis" que significa "común". De allí que comunicar, signifique transmitir ideas y pensamientos con el objetivo de ponerlos "en común" con otro. Esto supone la utilización de un código de comunicación compartido.

Un código es un conjunto de símbolos y signos los cuales deben ser compartidos por los protagonistas del proceso. ¿Puede acaso alguien que no sabe hablar tibetano entender lo que un tibetano expresa en su lengua materna? Naturalmente que no habrá habido comunicación en un caso semejante. Gracias a que se comparte un código es que los mensajes se transmiten de persona a persona.

Si consideramos el concepto de comunicación desde Generalmente tendemos a pensar en el lenguaje cuando hablamos de códigos, pero un éste, supone un concepto bastante más amplio. Además de los códigos verbales (orales y escritos), existen otros como los gestos, los movimientos de la cara y el cuerpo, los dados por la forma y el color (por ejemplo las señales de tránsito) o la música (en donde hay reglas que marcan una estructura). Naturalmente, los códigos no verbales, al igual que el lenguaje, varían de acuerdo a las diferentes culturas.

Es así que podemos afirmar que el lenguaje es sólo un medio más. La tendencia a identificarlo con la comunicación en su totalidad es consecuencia de que éste sea, el medio más apto para la transmisión de ideas.

Un sentido amplio, nos referiremos a seres vivientes que se relacionan con su entorno, pero desde el lenguaje científico nos referiremos a seres relacionados entre sí y capaces de expresar procesos y situaciones

interiores, de dar a conocer circunstancias u animar a otras criaturas a un comportamiento específico.

Los medios de comunicación y la transformación de la sociedad.

Llamamos sociedad sin medios a aquella en donde el aire es el único medio portador de mensajes. Pero como el hombre naturalmente se inclina a la utilización de sistemas simbólicos, otros medios de expresión, como por ejemplo, la pintura, surgen espontáneamente.

A medida que avanza la historia, el hombre desarrolla el alfabeto, de esta manera puede conservar el conocimiento a través de símbolos y significados compartidos. Esto es importante para el desarrollo del lenguaje escrito. Este hecho resulta fundamental para el desarrollo del lenguaje escrito.

Los primeros medios que surgen fueron la piedra, la madera y el papiro (en Egipto), incluso los mayas, fabricaban un material similar. La aparición de estos medios permite la preservación de la cultura aunque sólo una élite podría interpretar los significados. Sólo aquellos que pertenecían al ámbito administrativo, político y/o religioso. En este tipo de sociedad, la mayor parte de las personas no tenía acceso a los medios.

Más adelante, el siglo XV, Gutemberg, favorecido por la aparición del papel (el papel había sido descubierto en China por Ts'ai Lun, en el siglo I. El invento, guardado en secreto por más de 700 años, fue introducido en occidente por los árabes tras la conquista de Samarcanda en el 704 d.c. En el siglo IX los moros, llevan esta técnica a España) como sustituto del costoso papiro es recordado como el "inventor del la imprenta". Lo que en realidad ideó Gutemberg fue un sistema de caracteres móviles que permitía trabajarlos por separado, agrupándolos para formar palabras y volverlos a

utilizar muchas veces. Estos caracteres, primero fueron hechos en madera y luego, hacia 1450, en metal. Así en 1456 imprimió la Biblia de 42 líneas, primera impresión con los tipos móviles de metal. Este hecho representa un hito histórico en la historia de los Medios de Comunicación Social. Es así que si bien Gutemberg no fue en realidad el inventor la imprenta, puesto que la idea de reproducir textos mediante un sistema de impresión es atribuida a los chinos (Hace aproximadamente 1000 años a.c., los chinos comenzaban a producir mediante un sistema de impresión que consistía en tallar relieve en un taco de madera blanda de peral, cerezo o boj, con escrituras o ilustraciones que luego de entintadas se presionaban sobre papel pergamino o telas), fue el primero en darle difusión al procedimiento, por lo cual se le atribuye el hecho histórico.

Pero incluso después de la aparición de la imprenta, serían necesarios muchos años para que los mensajes impresos estuvieran al alcance de grandes cantidades de personas.

La aparición de los MCS se va dando gradualmente. En primer lugar aparecen los libros, cuyo aporte se considera revolucionario si se lo comparamos con los manuscritos, ya que permitía la reproducción de un gran número de ediciones. Más tarde surgieron los primeros antecedentes de los periódicos, cartas de noticias y otros panfletos informativos. Pero es finalmente en el siglo XVI cuando el periódico hizo su aparición formal. Es llamativo destacar que, desde la difusión de la imprenta, habían transcurrido ya, 200 años.

A principios de siglo surge el cine y más tarde la radio. La televisión, es un medio muy reciente, aunque su difusión se da a un ritmo vertiginoso. Su desarrollo se inició en EEUU en los años 40 y 5 años después se había convertido ya en un medio masivo, habiendo alcanzado su punto de saturación en los años 60.

En la actualidad existen nuevos medios, entre los cuales, Internet merece una especial mención ya que supone la integración total de la información a través de una sola vía. Posibilitando la simultaneidad y la sobreabundancia de datos. Este fenómeno representa una sociedad totalmente mediatizada.

### La comunicación Social como ciencia

El estudio de la comunicación cobra valor científico cuando aparecen los Medios de Comunicación Masiva. La irrupción de los Medios de Comunicación Masiva o Medios de Comunicación Social (MCS), inició una nueva problemática que alentó la configuración del estudio de los MCS como una ciencia independiente.

La posición científica frente al fenómeno de los MCS sugiere que su estudio no puede ser abordado desde una sola ciencia, para lo cual es necesario recurrir al aporte de ciertas ciencias auxiliares tales como, entre otras, la antropología, la lingüística, la filosofía, la sociología, la historia y la psicología. Sin embargo, dada la dinámica funcional, las ciencias de la comunicación se enmarcan dentro de la psicología social.

## 2.2 POSICIONAMIENTO TEÓRICO PERSONAL

### Los modelos

Este trabajo se sustenta en el Modelo Holístico de la comunicación ya que este actúa en la búsqueda de soluciones que es lo que pretende este proyecto dar a conocer las nuevas alternativas de turismo de la provincia de Imbabura a través de una radio revista con formatos para su difusión dentro de la misma

### Concepto De Modelo

Un modelo es la representación de algún tipo de organización de alguna cosa. Para ello es necesario tener en cuenta sus componentes y las diferentes relaciones que existen entre ellos.

### Clases De Modelos

- Modelos icono - analógicos. Los componentes de aquello que se va a representar se designan en el modelo por datos que se les parecen, y las relaciones entre aquellos componentes se conservan de manera formalmente análoga en el modelo.
- Modelos icono - no analógicos. Los componentes de aquello que se va a representar están representados en el modelo por datos que se le parecen, pero las relaciones que existen entre aquellos componentes no se conservan en el modelo. Este tipo de modelos sirven para conocer más o menos el aspecto de la cosa representada, pero no sirven para reconocer cómo funciona, ya que el modelo no da cuenta de las relaciones existentes entre sus componentes.



- Modelos conceptual - analógicos. Los datos que utiliza el modelo no se parecen a los componentes de la cosa que se representa, pero en cambio, el modelo expresa de manera análoga las relaciones que existen entre aquellos componentes.

### 2.3 GLOSARIO DE TÉRMINOS

Capacidad de actuar propia de los seres vivos y de sus órganos, y de las maquinas e instrumentos. Tarea que corresponde realizar a una institución o entidades a sus órganos o personas.

**Modelo.** A qué tipo o punto de referencia para imitarlo o reproducirlo en las obras de ingenio y en las acciones morales, ejemplar que por su perfección se debe seguir e imitar.

**Teoría.** Conocimiento especulativo considerado con independencia de toda aplicación serie de las leyes que sirven para relacionar determinado orden de fenómenos. Hipótesis cuyas consecuencias se aplican a toda una ciencia o una parte muy importante de ella.

**Planificación.** Acción y efecto de planificar. Plan general metódicamente organizado y frecuentemente de gran amplitud, para obtener un objetivo determinado, tal como el desarrollo armónico de una ciudad, el desarrollo. En la actualidad el concepto de turismo planteado desde los sectores económicos, por el capital, ha perdido el romanticismo inicial, y este fenómeno socioeconómico ha sido estudiado, legislado y explotado, por lo que en la actualidad se establecen distintas clases de turismo, destinados a uno u otro público, en referencia a su poder adquisitivo, a su poder económico a sus gustos, a sus preferencias, a sus inquietudes... etc. Así podremos encontrar distintos tipos de turismo

**Turismo de descanso y esparcimiento.** Entendemos como turismo de descanso y esparcimiento el que practica a persona que desea solazarse, evadirse, escapar, sin otras pretensiones que no sean la holganza y el "relax".

**Turismo de Negocios.** Es el turismo que practica el hombre de negocios cuando, al mismo tiempo que desarrolla sus actividades mercantiles o profesionales, aprovecha la oportunidad a disfrutar de las circunstancias que le rodean, el paisaje, la cultura, las diversiones, el sol, la playa etc.

**Turismo de industrial** es un turismo que estando de vacaciones, aprovecha para visita industrias, fábricas, talleres, artesanos. En la actualidad, muchas empresas han apostado como una forma de publicidad y promoción.

**Turismo cultural y científico o turismo de congresos.** Es el turismo que se practica aprovechando el evento de cualquier manifestación o celebración de tipo cultural, exposiciones, etc.

**Turismo de Deportes.** Tiene un gran poder de convocatoria y está ligado con la celebración de torneos, prueba, campeonatos, etc. atrae a una población joven y activa.

**Turismo náutico.** Aprovecha los periodos de ocio para dedicarse a su pasión, el mar, navegar.

**AM.-** Sigla de la ingle Amplitud de Modulación, modulación de amplitud Banda de frecuencias de las ondas de Radio comprendidas entre 530 y 1600KHz, Sistema de transmisión de señales electromagnéticas por medio de la variación de la Frecuencia.

**Comunicación:** Acción y efecto de comunicar o comunicarse .Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.

**Control.-** Espacio cercano al estudio donde se dirige todas las operaciones necesarias para la grabación o la emisión de programas.

**FM.-** Frecuencia modulada, Sistema de transmisión de Onda de Radio que se regula por la variación de la frecuencia y no por su tamaño, como ocurre con la Am Una Onda de Fm tiene 20 veces más el ancho de una Onda Am, lo cual es la razón de su buena calidad en la señal aunque esta recorre menos distancias y es más sensible a los obstáculos físicos.

**Formato.-** Conjunto de características técnicas y de presentación de una publicidad periódica o de un programa de televisión o radio.

**Frecuencia.-** Repetición mayor o menor de un acto o de un suceso, número de veces que se repite un proceso periódico por unidad de tiempo. La frecuencia de esta emisora es de tantos kilociclos por segundos.

**Información.-** Acción y efecto de informar .Comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar lo que se posee sobre una materia determinada conocimientos así comunicados o adquiridos.

**Libertad.-** Facultad natural que tiene el hombre de obrar de una manera o de otra obra, por lo que es dueño de sus actos.

**Libreto.-** Texto en que se expone el contenido de un filme o de un programa de radio o televisión .Locutor.- Persona que habla ante el micrófono, en las estaciones de radiotelefonía, para dar avisos, noticias, programas, etc.

**Mensaje.-** Conjunto de señales, signos o símbolos que son objeto de una comunicación Contenido de esta comunicación.

**Música.-** Melodía, ritmo y armonía, combinados. Sucesión de sonidos modulados para recrear el oído. Concierto de instrumentos o voces o ambas cosas a la vez.

**Onda.-** Forma de propagarse a través del espacio los campos eléctricos y magnéticos producidos por las cargas eléctricas en movimiento

**Producción de radio:** Subgrupo que aglutina a quienes de acuerdo con las decisiones sobre programas de radio a elaborar, llevan a cabo la planificación, ejecución y control de las tareas de producción de espacios de radio, corriendo a su cargo la coordinación en el empleo de todos los medios técnicos, de equipo y grupos humanos que intervienen y hacen realidad tales programas radiofónicos.

**Programa.-** Acción y efecto de programar. Conjunto de los programas de radio y televisión.

**Programación.-** Acción y efecto de programar. Conjunto de los programas de radio y televisión.

**Radio.-** Es una tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación de ondas electromagnéticas .Estas ondas no requieren un medio físico de transporte.

**Radio Comercial.-** Medio de comunicación que transmite señales vocales en forma masiva, este medio se financia a través de sus espacios publicitarios, que tienen un valor determinado.

**Radio difusores.-** Que radio difunde. Radiar noticias, discursos, música, etc.

**Radio educativa.-** Medio de comunicación que transmite señales vocales en forma masiva, este medio no tiene servicio publicitario pagado.

**Radio escucha.-** Persona que oye las emisoras radiotelefónicas y radiotelegráficas.

**Receptor.-** Que recepta. En un acto de comunicación, persona que recibe el mensaje.

**Reflexión.-** Acción y efecto de reflexionar. Advertencia o consejo con quien alguien intenta persuadir o convencer a otra persona.

**Respeto.-** Veneración, acatamiento que se hace a alguien, consideración, deferencia.

**Responsabilidad.-** Cualidad de responsable. Cargo u obligación moral que resulta para alguien.

**Propuesta.-** Proposición o idea que se manifiesta y ofrece a alguien para un fin. Consulta de una o más personas hechas al superior para un empleo o beneficio. Consulta de un asunto o negocio a la persona, junta o cuerpo que lo de resolver.

**Silencio.-** Abstención de hablar. Falta de ruido. Pasividad pausa musical.

**Solidaridad.-** Adhesión circunstancial a la causa o empresa de otros.

**Sonido.**- Producido en el órgano del oído por el movimiento vibratorio de los cuerpos, transmitido por un medio elástico, como el aire Significación y valor literal que tienen en sí las palabras.

**Tecnología.**- Conjunto de teorías y de técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico. Tratado de los términos técnicos.

**Transmitir.**- Trasladar, transferir. Dicho de una emisora de radio o de televisión: Difundir noticias programas de música, espectáculos, etc.

**Valores.**- Alcance de la significación o importancia de una cosa, acción, palabra o frase.

**Desarrollo.**- Acción y efecto de desarrollar o desarrollarse .Acrecentar, dar incremento a algo de orden físico, intelectual o moral.

**Difusión.**- Acción y efecto de difundir .Extensión, dilatación viciosa en lo hablado o escrito.

**Productor.**- Persona que tiene la dirección superior del lugar o estudio donde se producen o emiten los programas, ya sea en un centro de producción o emisora.

**Educación.**- Acción y efecto de educar. Crianza, enseñanza y doctrina que se da a los niños y a los jóvenes. Instrucción por medio de la acción docente u otra índole.

**Emisor.**- Que emite persona .Persona que enuncia el mensaje en un acto de comunicación.

**Estudio.**- Conjunto de edificios o dependencias destinados a la realización de películas o producciones radiales, etc.

**Ética.**- Pertenece o relativa a la ética. Recto conforme a la moral. Persona que estudia o enseña moral. Parte de la Filosofía que trata de la moral y de las obligaciones del hombre.

**Población Externa e Interna.**-Conjunto de personas que habitan la tierra o cualquier división geográfica de ella.

**Turismo Místico,**- Místico o "Espiritual", el que se basa en el desarrollo de la persona utilizando, generalmente, los conocimientos ancestrales y elementos naturales.

**Turismo de salud** .-es de gran importancia ya que no sólo son establecimientos donde se utilizan terapias con agua, sino que con el tiempo el concepto se amplió a otras técnicas como la aroma terapia, masajes de distintos tipo, meditación, yoga, reiki y muchos otros.

**Aventurismo:** Es el turismo de avistamiento de aves mirar aves.

**Turismo Sustentable:** alternativa de desarrollo que involucra alas aéreas protegidas.

## **2.4 SUBPROBLEMAS, INTERROGANTES**

1.- ¿La encuesta a realizar y el diagnóstico de la provincia es realmente un elemento que da alternativas de solución al Turismo?

2.- ¿La Radio revista me puede permitir una estrategia de comunicación para que los medios apoyen a la provincia como una potencia turística. ?

3.- ¿Se puede establecer la vinculación de los habitantes y la Radiodifusión de Imbabura para proporcionar el turismo?

4.- ¿Qué función cumplen el Turismo y la Radiodifusión de Imbabura con la promoción del turismo?

5.- ¿En las Radios se debe implementar un formato de radio difusión con contenido turístico?



## 2.5 MATRIZ CATEGORIAL

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	DIMENSIÓN	INDICADORES
<p>Es un medio tecnológico que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación de ondas electromagnéticas.</p> <p>Estas ondas no requieren un medio físico de transporte , por lo que pueden propagarse tanto a través del aire como del espacio vacío</p> <p>Consiste en promover el dialogo buscar los valores que no son comunes y expresarlos de forma que se adapten a las nuevas situaciones que vivimos.</p>	LA RADIO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Educativa</li> <li>• Cultural</li> <li>• Humanos</li> <li>• Solidaridad</li> <li>• Respeto</li> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Honestidad</li> <li>• Tolerancia</li> <li>• Generosidad</li> <li>• Justicia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sintonía</li> <li>• Frecuencia</li> <li>• Conocimiento</li> <li>• Producción</li> <li>• Difusión</li> <li>• Practica</li> <li>• Presentes</li> </ul>
<p>Consiste en la realización de programas de diversos formatos con contenido informativo , educativo , cultural sobre diversas temáticas y que siguen una serie de pasos desde el libreto hasta llegar a concluir el producto final</p>	Producción Radial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa</li> <li>• Musical</li> <li>• Educativo</li> <li>• Radio Revista</li> <li>• Radio Drama</li> <li>• Radio</li> <li>• Reportaje</li> <li>• Pastilla</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Libreto</li> <li>• Reparto</li> <li>• Musicalización</li> <li>• Sonorización</li> </ul>

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	DIMENSIÓN	INDICADORES
<p>Turismo: Afición a los viajes de recreo o excursión</p> <p>Es el desplazamiento del hombre ya sea por conocer o por diversión existe varias clases de turismo.</p>	El turismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Económico</li> <li>- Producción</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>T.Salud</li> <li>T.Comunitario</li> <li>T.Compras</li> <li>Aviturismo</li> <li>T. Místico</li> <li>Salud</li> <li>Negocios</li> <li>Científico</li> <li>Aventurismo</li> <li>Compras</li> <li>Aventura</li> <li>Místico</li> <li>Náutico</li> <li>Deportes</li> <li>Aventura</li> <li>Industrial</li> <li>Descanso y esparcimiento</li> </ul>

Elaborado por: La Autora

## CAPITULO III

### 3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN:

**Investigación Etnográfica:** Esta investigación se encarga de analizar los aspectos sociales, económicos y culturales de los habitantes del sector.

**Investigación Documental:** Es documental debido a que se toma en cuenta los procesos comunicacionales dentro de la comunidad y su relación, social, económica, política y estructural.

**Investigación Descriptiva:** Es descriptiva porque analiza la realidad presente y se tomara como ejemplo a Unidades de Comunicación Organizacional ya existentes.

**Investigación de Campo:** Es de campo por que los investigadores se trasladan a la fuente misma de la investigación como es la Provincia de Imbabura en donde se aplicaron encuestas para corroborar con lo expuesto en esta Tesis.

**Proyecto Factible:** Este es un proyecto factible ya que se pretende cambiar los tradicionales formatos utilizados en radio por uno de contenido que abarca El turismo de la Provincia de Imbabura dando a conocer a propios y extraños la alternativa turística de la Provincia.

### 3.2 MÉTODOS:

Para la presente investigación utilizare los métodos teóricos para la recolección bibliográfica nombrados a continuación.

**Método Histórico –Lógico:** Permite descubrir el devenir y desarrollo del fenómeno social a través del tiempo y confrontar la realidad, a partir del mismo es posible estructurar la regularidad interna. Yo aplicare el Método Histórico Lógico porque me va a permitir estudiar a la población en cuanto al Turismo se refiere y a través de esto poder desarrollar la teoría. De este modo se pueden arribar a una comprensión más profunda del conocimiento del problema Turístico.

**Método Analítico – Sintético:** Se desprenderán los resultados obtenidos mediante un diagnostico preliminar, entrevistas y encuestas que se analizaran detalladamente y sintetizada mente con las que se establecerán conclusiones, las mismas que permitirán la búsqueda de soluciones más apropiadas a los que plantea el problema de la investigación. Este método se ajusta a las necesidades de la investigación ya que me ayuda a sintetizar los de mayor interés y utilidad, otros que se pudieron considerar como el desconocimiento de los lugares turísticos de Ibarra y la falta de formatos en la Radiodifusión.

#### **Método Inductivo – Deductivo**

Se trata del método científico más usual, en el que se pueden distinguirse cuatro pasos esenciales como la observación de los hechos para su registró la clasificación y el estudio de estos hechos la derivación inductiva que por parte de los hechos y permite llegar a una generalización y la contrastación.

### 3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

**Técnicas:** Las técnicas que se utilizarán son las siguientes: Observación, Fichaje y, entrevistas, encuestas a los habitantes de la Provincia de Imbabura para obtener información confiable.

**Fichaje:** Es una técnica global de registro muy aceptada en toda investigación se utilizará para organización de la bibliografía utilizada. Me permitirá tener ordenadamente la bibliografía nombre del autor y lo que dice que servirá de sustento de esta propuesta

**Encuesta:** La técnica de la encuesta ayudará a recolectar datos necesarios para lograr despejar dudas sobre los diferentes aspectos de la investigación realizada a los habitantes de la Provincia de Imbabura.

**Instrumentos:** Para la aplicación de las técnicas anteriores utilizaremos los siguientes instrumentos: Ficha de Observación y cuestionario.

**Ficha de observación.** Para registrar los hechos, fenómenos y acontecimientos que se presentan en la investigación. Entrevistas a profundidad, especialistas.

**Cuestionarios.** La estructuración de cuestionarios es un factor determinante para la validez de la investigación

### 3.4 POBLACIÓN.

Según el censo nacional de población realizado por el INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censo) la población de Ibarra alcanzó 153,256 habitantes.

### 3.5 MUESTRA

Esta se realizara en base a los resultados obtenidos en la investigación con un margen de error 0.05 equivalente a un 5% del universo.

### PQ.N

(N-1) E+P: Q

K

N = Tamaño de la muestra

PQ = Variación de la Población, valor constante = 0.25

N = Población / Universo

(N -1) = Corrección geométrica para muestras grandes

➤ 30

E = Margen de error estadísticamente aceptable 0,05

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

### 3.5.1 CALCULO DE LA MUESTRA

**POBLACIÓN** = 335.000 habitantes

**MUESTRA**

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

PQ = 0.25

E = 0.05

K = 2

$$n = \frac{(0.25) 335.000}{(N-1) \frac{(0.05)^2}{4} + 0.25}$$

$$n = \frac{83.750}{209.37}$$

$$n = 400$$

La población a investigarse será de 400 Habitantes de la Provincia de Imbabura constituida por: Amas de casa, estudiantes, profesionales, empleados públicos y privados.

### **3.6 ESQUEMA DE LA PROPUESTA**

La propuesta está estructurada con los siguientes aspectos:

- 1.- Título de la propuesta
- 2.- Justificación e importancia de la propuesta
- 3.- Fundamentación Científica.

Luego de la Investigación de campo los datos obtenidos son representados en forma tabular y gráfica. En el siguiente capítulo.

## CAPÍTULO IV

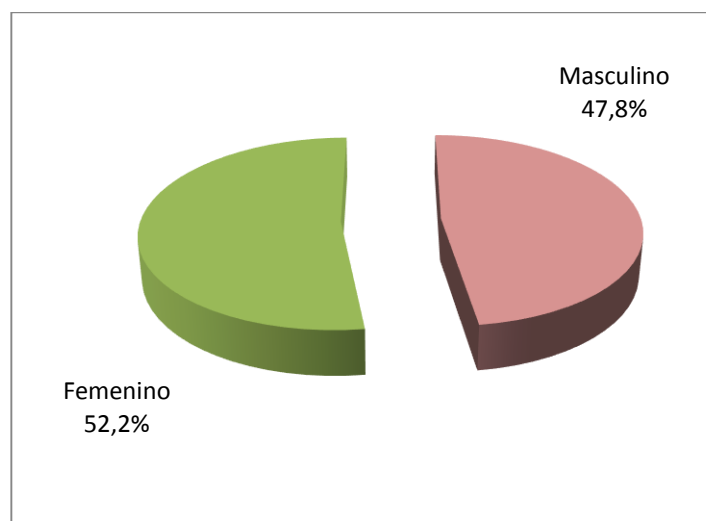
### 4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### TABLA Y GRÁFICO NRO. 1

- Género de los encuestados

SEXO	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	191	47,8%
Femenino	209	52,2%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuestas



Fuente: Encuestas

#### ANÁLISIS

De las encuestas realizadas podemos determinar que el mayor porcentaje, es decir el 52.2% son del sexo femenino; y el restante el 47.8% son del sexo masculino.

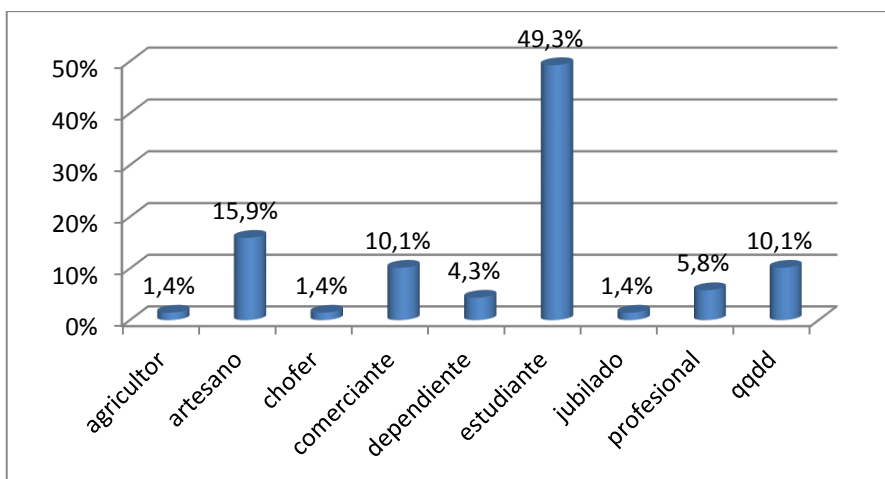


## TABLA Y GRÁFICO NRO. 2

- **Ocupación de los encuestados**

OCUPACION	Frecuencia	Porcentaje
Agricultor	6	1,4%
Artesano	64	15,9%
Chofer	6	1,4%
Comerciante	41	10,1%
Dependiente	17	4,3%
Estudiante	197	49,3%
Jubilado	6	1,4%
Profesional	23	5,8%
Quehaceres domésticos	41	10,1%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuestas



Fuente: Encuestas

## ANÁLISIS

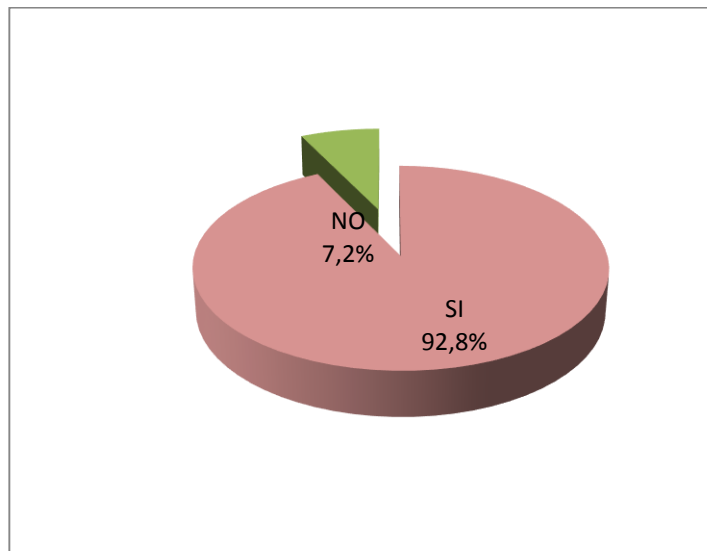
La ocupación que tienen los encuestados son estudiantes el 49,3%; artesanos el 15,9%; comerciantes el 10,1%; en los quehaceres domésticos el 10,1%; profesionales el 5,8%; de dependientes el 4,3%; agricultores, choferes y jubilados el 1,4%.

### TABLA Y GRÁFICO NRO. 3

- Escucha usted el radio?

ESCUCHA RADIO	Frecuencia	Porcentaje
SI	371	92,8%
NO	29	7,2%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuestas



Fuente: Encuestas

### ANÁLISIS

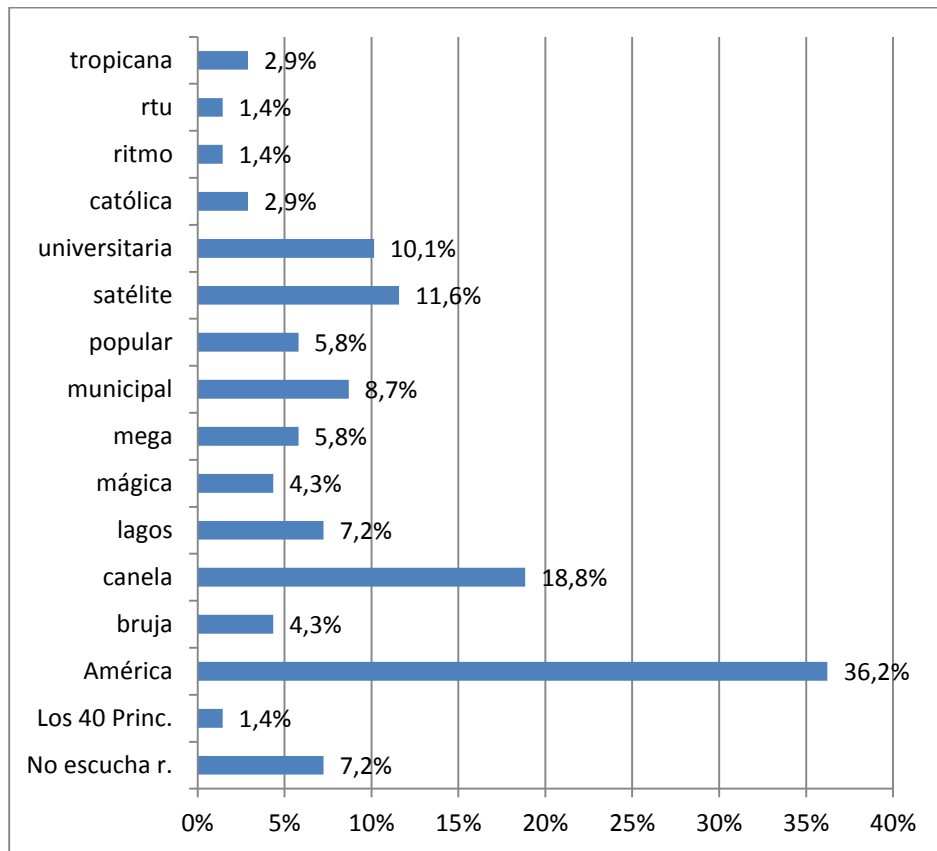
El mayor porcentaje que es el 92.8% de los encuestados SI escuchan la radio; y solo el 7.2% no tienen la costumbre de escuchar la radio

### TABLA Y GRÁFICO NRO. 4

- Qué radio que escuchan?

<b>QUE RADIO ESCUCHA</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
No escucha radio	29	7,2%
Los 40 principales.	6	1,4%
América	145	36,2%
Bruja	17	4,3%
Canela	75	18,8%
Lagos	29	7,2%
Mágica	17	4,3%
Mega	23	5,8%
Municipal	35	8,7%
Popular	23	5,8%
Satélite	46	11,6%
Universitaria	41	10,1%
Católica	12	2,9%
Ritmo	6	1,4%
RTU	6	1,4%
Tropicana	12	2,9%
Total encuestas	400	100,0%

Fuente: Encuestas



Fuente: Encuestas

## ANALISIS

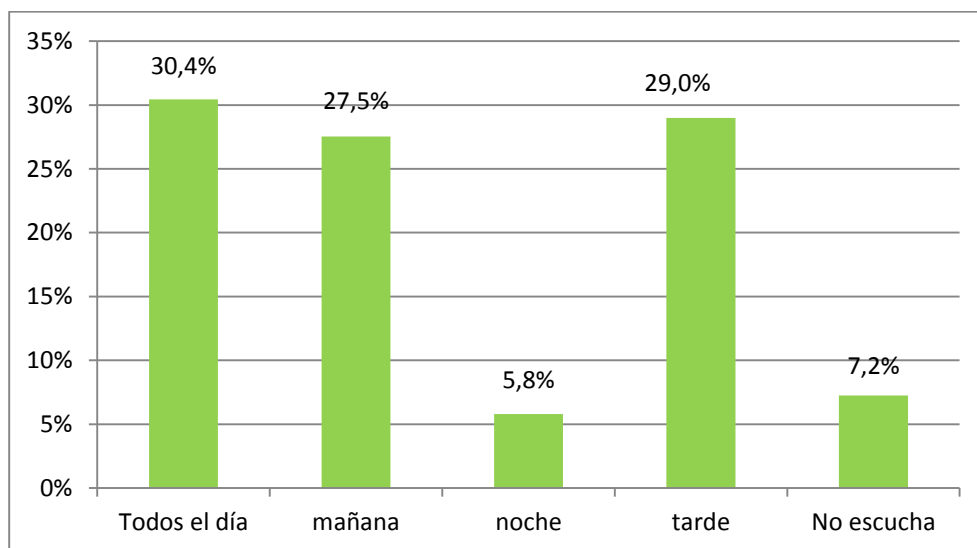
De todos los encuestados podemos ver que las preferencias por las emisoras más sintonizadas son: La radio América el 36.2%; radio Canela el 18.8%; la Satélite el 11.6%; radio universitaria el 10.1%; radio Municipal el 8.7%; los Lagos el 7.2%; La Mega y la radio popular el 5.8%; la Bruja, la mágica el 4,3%; La radio Católica y Tropicana el 2.9%; Los 40 principales, radio ritmo y RTU el 1.4%. No escuchan radio el 7.2% de los encuestados.

## TABLA Y GRÁFICO NRO. 5

- ¿En qué horario escucha la radio?

Horario Escucha Radio	Frecuencia	Porcentaje
Todos el día	122	30,4%
mañana	110	27,5%
noche	23	5,8%
tarde	116	29,0%
No escucha	29	7,2%
<b>Total general</b>	<b>400</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuestas



Fuente: Encuestas

### ANALISIS

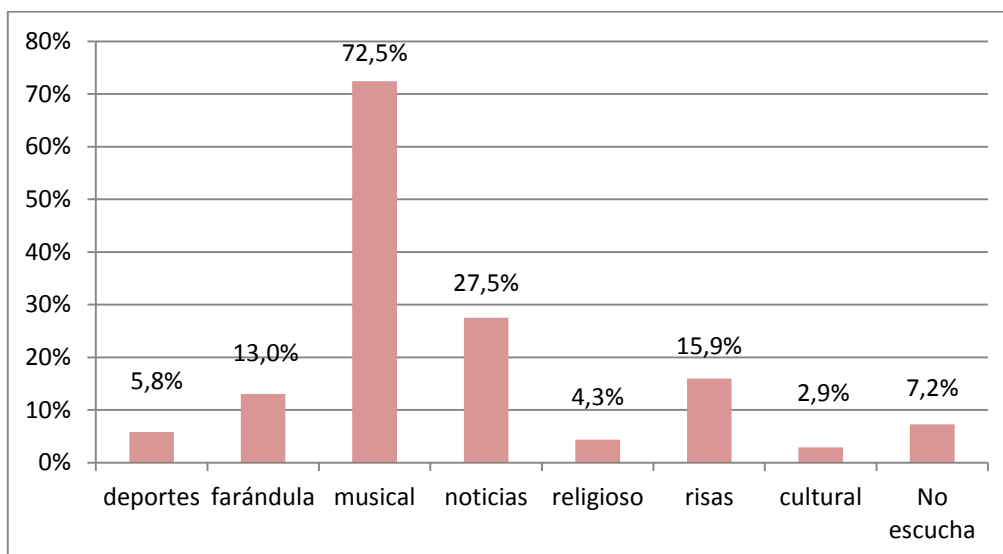
Como se puede apreciar los horarios de mayor preferencia que tienen los encuestados son el 30.4% todo el día; el 29.0% solo por la tarde; el 27.5% solo por la mañana, un bajo porcentaje del 5.8% escuchan la radio por la noche. El 7.2% no tienen costumbre de escuchar la radio.

**TABLA Y GRÁFICO NRO. 6**

- ¿ Qué tipo de programas escucha?

Tipo de programa	Frecuencia	Porcentaje
Deportes	23	5,8%
Farándula	52	13,0%
Musical	290	72,5%
Noticias	110	27,5%
Religioso	17	4,3%
Risas	64	15,9%
Cultural	12	2,9%
No escucha	29	7,2%
<b>Total encuestas</b>	<b>400</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuestas



Fuente: Encuestas

## ANÁLISIS

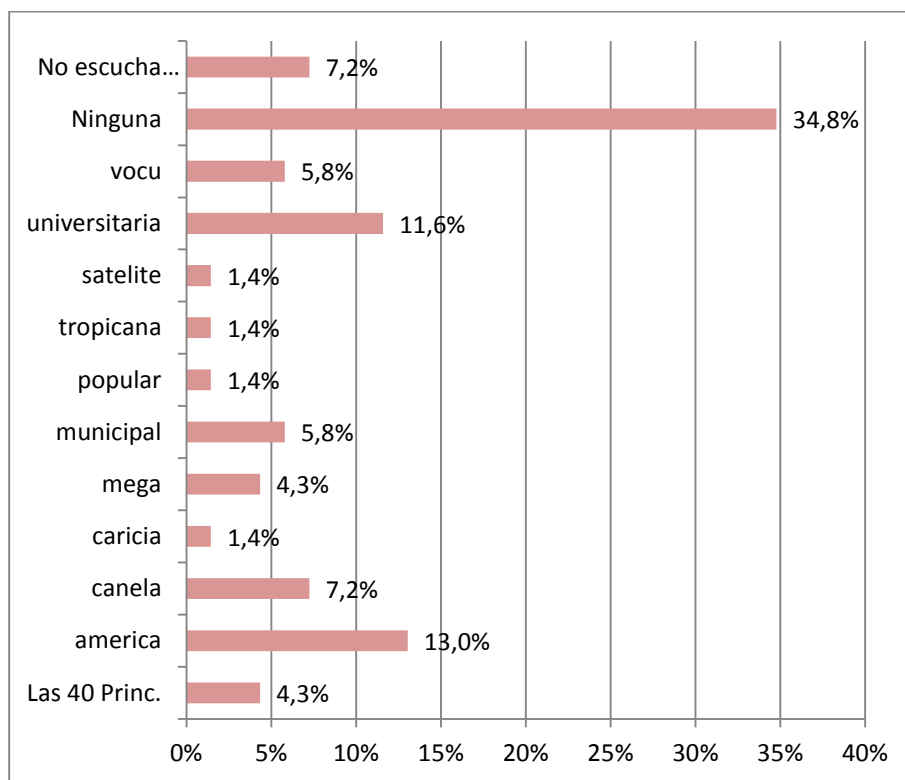
Los programas más escuchados por los encuestados son muy variados así: musicales el 72.5%; noticias el 27.5%; programas de bromas, risas el 15.9%; de farándula el 13.0%; de deportes el 5.8%; sobre temas religiosos el 4.3% y culturales el 2,9%. No escuchan radio el 7.2%.

**TABLA Y GRÁFICO NRO. 7**

- ¿ Que emisora habla sobre turismo?

<b>Que emisora habla de Turismo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Las 40 Principales.	17	4,3%
América	52	13,0%
canela	29	7,2%
caricia	6	1,4%
mega	17	4,3%
municipal	23	5,8%
popular	6	1,4%
Tropicana	6	1,4%
satélite	6	1,4%
universitaria	46	11,6%
Vocu	23	5,8%
Ninguna	139	34,8%
No escucha radio	29	7,2%
<b>Total general</b>	<b>400</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuestas



Fuente: Encuestas

## ANÁLISIS

Al preguntar a los encuestados sobre si saben en cual emisora hablan sobre temas de turismo el mayor porcentaje del 34.8% señalan que no han escuchado en ninguna radio.

El 13.0% han escuchado en la radio América, en la radio universitaria el 11,6%; en la canela el 7,2%; en la municipal el 5,8%, en la radio Vocu el 5,8%; en las 40 principales y en la mega el 4,3% y en menor porcentaje del 1.4% en las radios caricia, popular, Tropicana y satélite

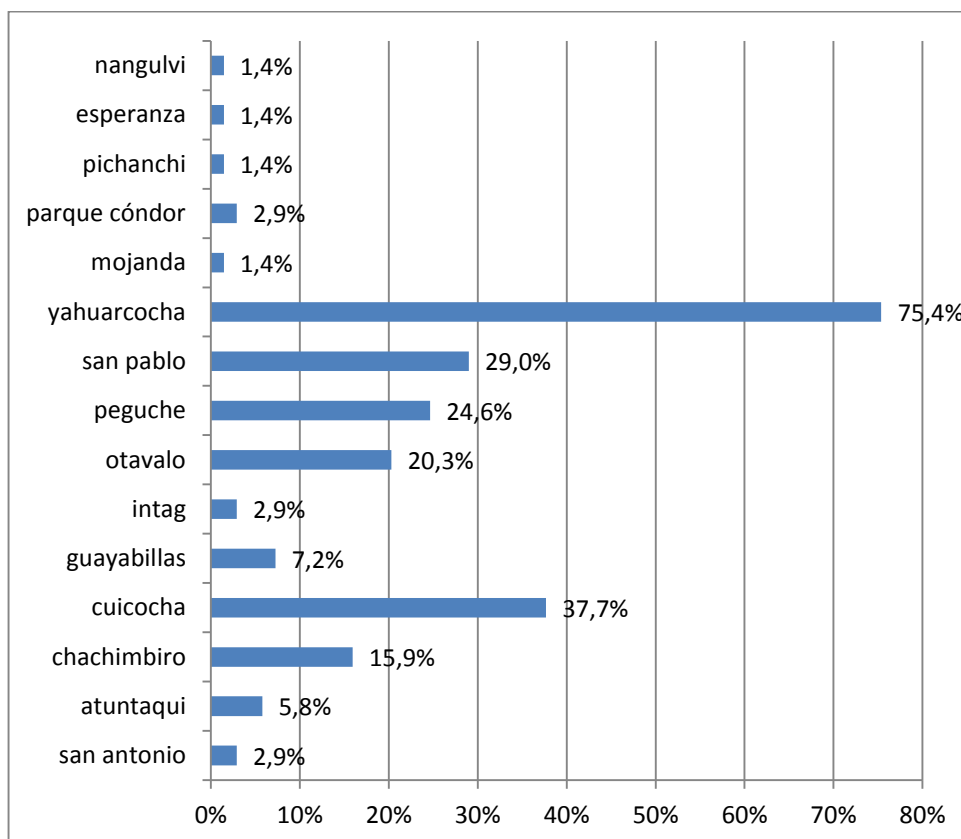
## TABLA Y GRÁFICO NRO. 8



- ¿Qué lugares turísticos conoce en la provincia o tiene referencia?

<b>Lugar Turísticos</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
San Antonio	12	2,9%
Atuntaqui	23	5,8%
Chachimbiro	64	15,9%
Cuicocha	151	37,7%
Guayabillas	29	7,2%
Intag	12	2,9%
Otavalo	81	20,3%
Peguche	99	24,6%
San pablo	116	29,0%
Yahuarcocha	301	75,4%
Mojanda	6	1,4%
Parque cóndor	12	2,9%
Pichanchi	6	1,4%
Esperanza	6	1,4%
Nangulvi	6	1,4%
<b>Total encuestas</b>	<b>400</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuestas



Fuente: Encuestas

## ANÁLISIS

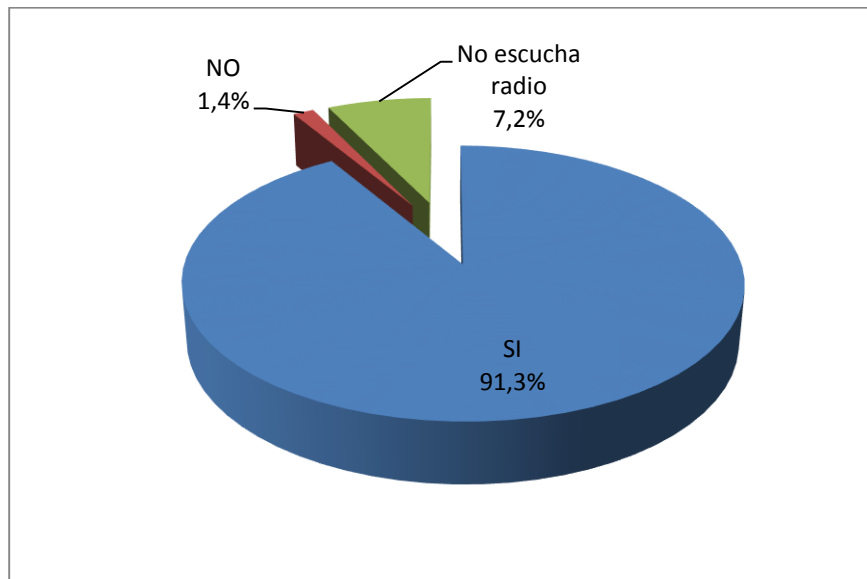
De las encuestas realizadas podemos determinar que los lugares turísticos que más conocen son las lagunas de Yahuarcocha el 75,4%; de Cuicocha el 37,7%; de San Pablo el 29,0%; la cascada de Peguche el 24,6%; Otavalo y la plaza de ponchos el 20,3%; las aguas termales de Chachimbiro el 15,9%, la loma de Guayabillas el 7,2%; Atuntaqui y modas verano el 5,8%; San Antonio y sus esculturas el 2,9%; Intag el 2,9%; el parque del cóndor el 2,9% y en menor porcentaje del 1,4% las lagunas de Mojanda, Pichanchi, la Esperanza y Nangulvi

### TABLA Y GRÁFICO NRO. 9

- ¿Está de acuerdo en que se emita una programación que hable de turismo?

Emita programa	Frecuencia	Porcentaje
SI	365	91,3%
NO	6	1,4%
No escucha radio	29	7,2%
<b>Total general</b>	<b>400</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuestas



Fuente: Encuestas

### ANALISIS

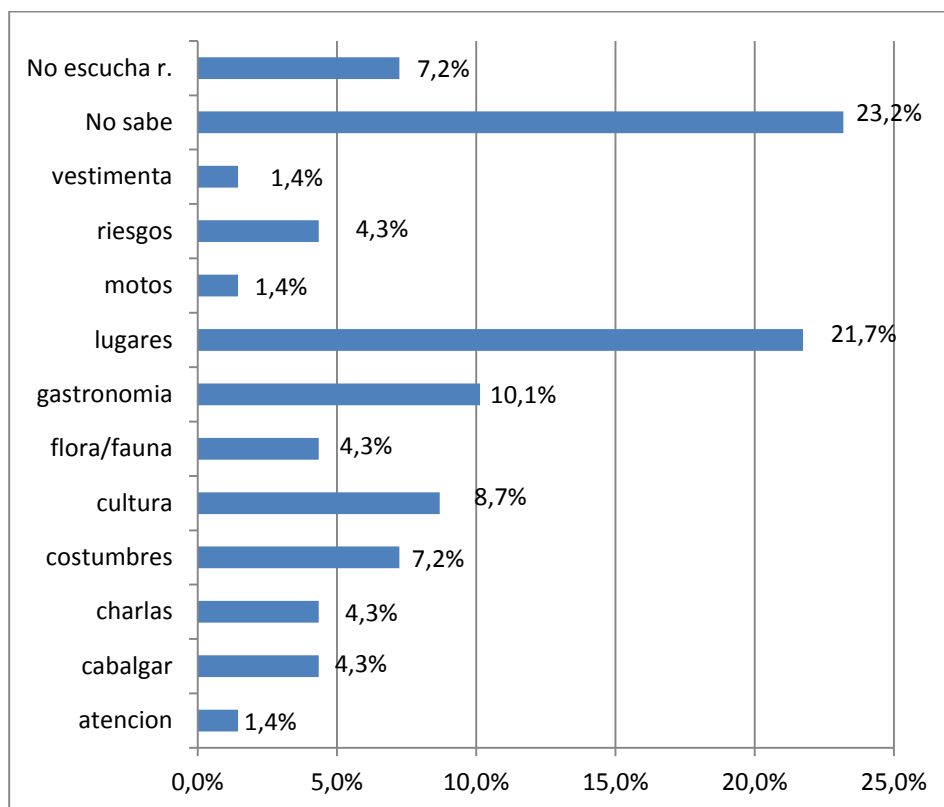
El mayor porcentaje del 91.3% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que “sí” se emitan un programa que hable sobre temas de turismo de la localidad, un 1.4% no están de acuerdo y el 7.2% no escuchan radio.

## TABLA Y GRÁFICO NRO. 10

- ¿Conoce algún tema importante del turismo que no se hable?

Programa de Turismo	Frecuencia	Porcentaje
atención	6	1,4%
cabalgar	17	4,3%
charlas	17	4,3%
costumbres	29	7,2%
cultura	35	8,7%
flora/fauna	17	4,3%
gastronomía	41	10,1%
lugares	87	21,7%
motos	6	1,4%
riesgos	17	4,3%
vestimenta	6	1,4%
No sabe	93	23,2%
No escucha r.	29	7,2%
<b>Total general</b>	<b>400</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuestas



Fuente: Encuestas

## ANÁLISIS

Los temas importantes para el turismo que debe tratar las radios son: sobre los diferentes lugares que existen en la provincia el 21,7%; sobre la gastronomía el 10,1%; sobre la cultura el 8,7%, acerca de las costumbres que tienen los sectores el 7,2%; sobre cabalgatas el 4,3%; brindar charlas el 4,3%; acerca de la flora y la fauna el 4,3%; sobre los riesgos el 4,3%; sobre la atención que deben tener el 1,4%, sobre carreras de motos el 1,4%, acerca de la vestimenta el 1,4%.

En un alto porcentaje del 23.2% de los encuestados no saben que temas de interés turístico se deben hablar en las emisoras.

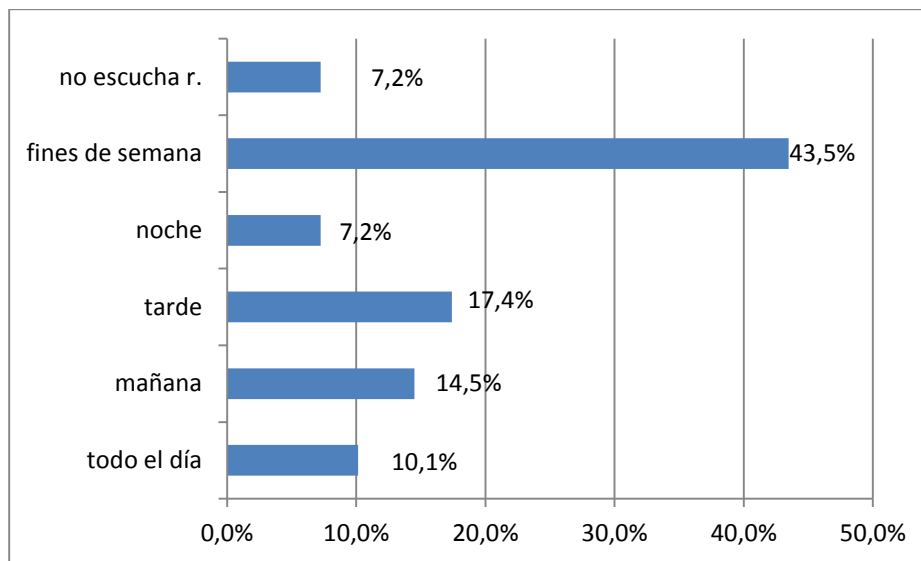
El 7.2% de los encuestados no escuchan la radio

### TABLA Y GRÁFICO NRO. 11

- ¿En qué horario y día cree que se pueda emitir este programa turístico?

Hora	Frecuencia	Porcentaje
todo el día	41	10,1%
mañana	58	14,5%
tarde	70	17,4%
noche	29	7,2%
finde de semana	174	43,5%
no escucha r.	29	7,2%
<b>Total general</b>	<b>400</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuestas



Fuente: Encuestas

### ANALISIS

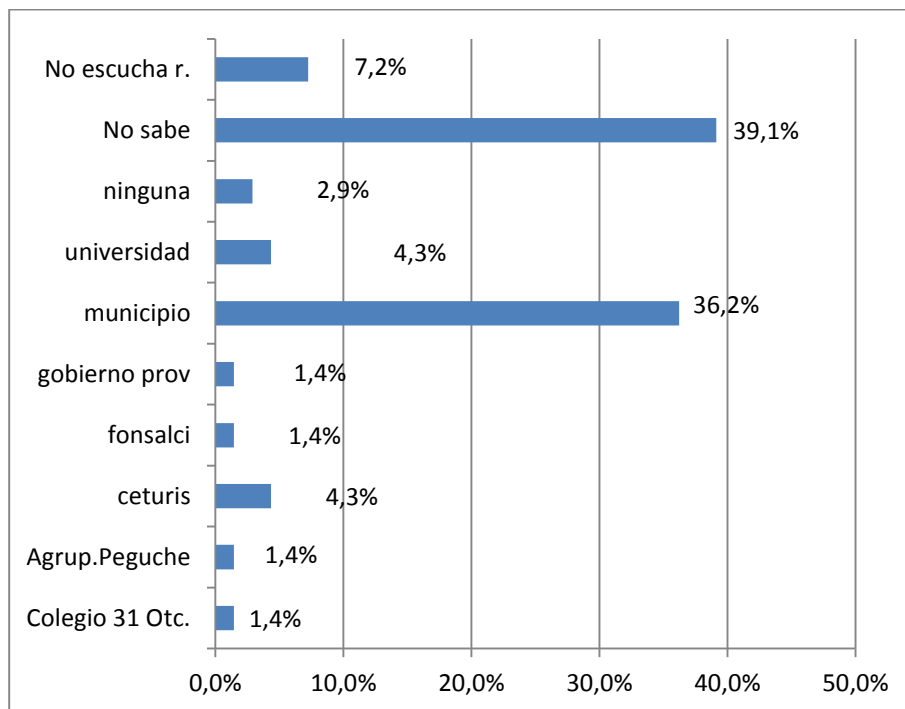
Los temas de interés turísticos deben ser transmitidos los fines de semana señalan el mayor porcentaje que es el 43,5%; por las tardes señalan el 17,4%; por las mañanas el 14,5%; que se transmitan todo el día señalan el 10,1%, solo por la noche el 7,2%. El 7.2% de los encuestados no contestan porque no escuchan la radio.

## TABLA Y GRÁFICO NRO. 12

- ¿Conoce que instituciones ayudan al turismo?

Institución	Frecuencia	Porcentaje
Colegio 31 oct.	6	1,4%
Agrup. Peguche	6	1,4%
CETURIS	17	4,3%
FONSALCI	6	1,4%
Gobierno provincial	6	1,4%
Municipio	145	36,2%
Universidad	17	4,3%
Ninguna	12	2,9%
No sabe	157	39,1%
No escucha r.	29	7,2%
<b>Total general</b>	<b>400</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuestas



Fuente: Encuestas

## ANALISIS

Las instituciones conocidas por los encuestados que ayudan al Turismo son: el Municipio señalan el 36,2%; CETURIS manifiestan el 4,3% de los encuestados; La Universidad dicen el 4,3%; colegio 31 Octubre dicen el 1,4%; agrupaciones de Peguche el 1,4%; FONSALCI el 1,4%, el Gobierno Provincial el 1,4%.

Cabe señalar que el 39.1% de los encuestados no saben que instituciones ayudan. El 2.9% señalan que ninguna institución ayuda. El 7.2% no escuchan la radio

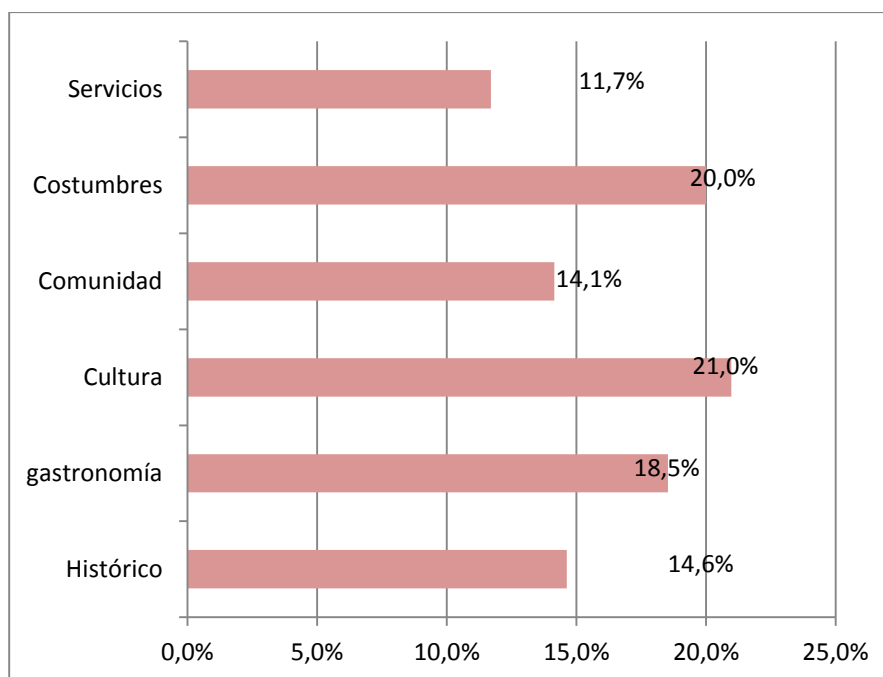


**TABLA Y GRÁFICO NRO. 13**

- ¿ Que temas considera que se debe tratar en el Turismo?

Temas	Frecuencia	Porcentaje
Histórico	174	14,6%
Gastronomía	220	18,5%
Cultura	249	21,0%
Comunidad	168	14,1%
Costumbres	238	20,0%
Servicios	139	11,7%
<b>Total encuestas</b>	<b>1188</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuestas



Fuente: Encuestas

## ANALISIS

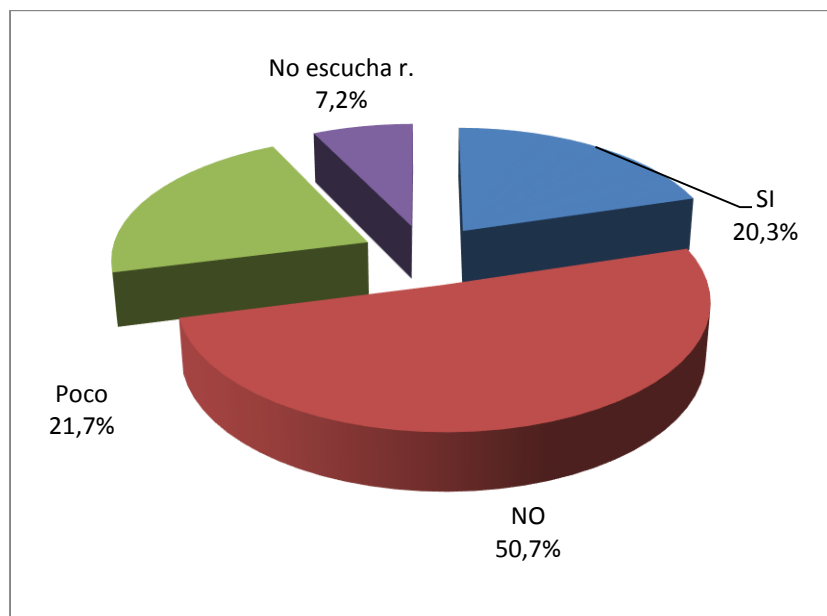
Los encuestados señalan que los temas turísticos más importantes que se deben tratar en las radios son: de las culturas el 62,3%; sobre las costumbres el 59,4%; sobre gastronomía el 55,1%; sobre datos históricos el 43,5%; sobre la comunidad el 42,0% y de los servicios el 34,8%.

### TABLA Y GRÁFICO NRO. 14

- ¿Conoce las ventajas del Turismo en las Comunidades?

Importancia	Frecuencia	Porcentaje
SI	81	20,3%
NO	203	50,7%
Poco	87	21,7%
No escucha r.	29	7,2%
<b>Total general</b>	<b>400</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuestas



Fuente: Encuestas

### ANALISIS

Al preguntar si en las comunidades encuestadas existe conocimiento sobre las ventajas del turismo el mayor porcentaje del 50.7% señala que no existe este valioso conocimiento; el 21.7% señala que existe poco conocimiento y el 20.3%

El 7.2% no contesta esta pregunta debido a que no escucha radio.

## **CAPITULO V**

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

#### **5.1 CONCLUSIONES:**

La radio es uno de los medios de comunicación de mayor aceptación dentro de todas las clases sociales, con mayor cobertura, posee un lenguaje propio y tiene aceptación en la mayor parte de la población.

Las personas dedican varias horas en escuchar radio, han convertido a este medio de comunicación en su principal compañía.

La programación de la Radio, en su mayoría son de corte musical, existen pocos programas de cultura y los pocos que hay están mal estructurados y pasan a segundo plano.

En pocas estaciones se habla o se realiza el turismo de la provincia, los ciudadanos, no se interesan por conocer lo nuestro, la provincia es privilegiado ya que en una sola encontramos varias posibilidades de turismo, Tenemos Turismo de compras en Antonio Ante con sus ferias de la industria de la moda, La plaza de los ponchos un lugar que envuelve la cordialidad de su gente con la pluriculturalidad que en ella se vive y el atractivo de sus tejidos a mano.

A pesar de toda la gran alternativa turística que posee la provincia, los propios no conocemos, los parajes sin igual que esta posee y nos hemos acostumbrado a visitar los mismos lugares ya conocidos, o se suele decir no existe nada que visitar.

Las instituciones dedicadas a fomentar el turismo, la ciudadanía no las conoce o poco saben su función, es que estas no han desarrollado al turismo como tal no lo han potenciado no se ha vendido a Imbabura como la provincia turística que es.

Su paisaje encanto tradición, gastronomía, costumbres y la multietnicidad que se vive en sus provincias convierten a Imbabura en un paraíso terrenal.

El interés de la población está dentro de todos los temas que abarca el turismo Histórico, costumbres, cultura, gastronomía, servicios etc.

Aunque la mayoría de la población no conoce lo que implica el turismo, y las ventajas que significa el desarrollo en la provincia el potenciar al turismo.

La población casi en su mayoría está de acuerdo en que se cree un espacio radial, una programación que resalte que hable de los sitios turísticos de la provincia para que así propios y extraños conozcamos toda la alternativa turística de esta provincia

## **5.2 RECOMENDACIONES.**

La Radio debe cumplir la función para la que fue creada, informar, entretener, educar e interactuar con el oyente cubrir todas las necesidades del mismo.

La radio es dinámica, armónica, capaz de captar la atención de los radio escuchas,

La radio en la provincia de Imbabura debe tomar un giro, con profesionales de la educación con música, que amen a la radio, que la sientan que desarrollen una programación con contenido donde se privilegie lo nuestro la provincia de Imbabura,

Los medios de comunicación no deben ser manejados como un espacio de compra y venta, donde priman los spot publicitarios y se pone música,

Deben ir más allá deben ser verdaderos espacios de opinión, especialmente con contenido con una programación que eduque pero que a su vez entretenga que ofrezca al radio escucha alternativas acorde con sus necesidades.

La radio al ser uno de los medios de comunicación con mayor número de adeptos debe reestructurarse para brindar a los radio escucha una programación de calidad con un enfoque social,

Las instituciones dedicadas al turismo deben crear renovar alternativas que desarrollen todo el potencial toda la riqueza de la provincia, haciendo participe a todos los sectores sociales.

Las universidades deben seleccionar bien a los aspirantes a formar las filas de los comunicadores, ya que nosotros los comunicadores somos el pilar fundamental para el cambio.

La universidad debe entregar a la sociedad antes del cambio social comprometidos con la misma.

Se debe desarrollar las nuevas Alternativas del Turismo dentro de la provincia de Imbabura, promocionarlas ya que en Imbabura existen muchas alternativas, para realizar diferentes actividades.

Se debe dar a conocer las ventajas que tiene el turismo, la provincia de los lagos con la singularidad de su paisaje la calidez de su gente debe explotar el turismo de la región,

Imbabura es única su gente puede vivir del Turismo.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. PROPUESTA ALTERNATIVA**

#### **6.1.- Título de la Propuesta.**

LAS NUEVAS FORMAS DEL TURISMO COMO UN FORMATO ÚTIL PARA LA DIFUSIÓN DEL TURISMO CONOCIENDO IMBABURA

#### **6.2.- Justificación e Importancia**

La Radio es uno de los Medios de Comunicación con mayor cobertura, es el único medio capaz de crear imágenes utilizando la voz.

Cuyo principal objetivo debe ser una programación que tenga un enfoque de desarrollo para la provincia de cambio de actitud de concientizar a los habitantes de Imbabura para que amen su provincia que la sientan suya.

La Radio a pesar de ser uno de los medios de comunicación más importantes no cuenta con una programación de contenido, peor aún una programación que hable sobre los diferentes atractivos turísticos de la provincia razón por la que propongo la realización de una RADIO REVISTA como un formato útil dentro de la Radio difusión para dar a conocer las nuevas alternativas turísticas de la provincia de Imbabura y potenciar el turismo de esta para propios y extraños porque primero es lo nuestro, además que la provincia está dotada de una gran riqueza cultural, gastronómica, paisajística, etc.

### **6.3.- FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA**

Producción Radial sobre las Nuevas Alternativas del turismo como un formato útil dentro de la radio difusión “Conociendo Imbabura “

Esta programación que tiene como fin destacar los atractivos turísticos de la provincia de Imbabura y a través de esta fomentar el turismo para que los propios hagan turismo dentro de la misma no el turismo tradicional si no planteado desde las nuevas alternativas turísticas que tiene la bella provincia de Los Lagos como son :

Turismo místico: Nace de las prácticas culturales y ancestrales de grupos étnicos como un medio para curar enfermedades físicas espirituales conocido también como shamanismo .Estas tradiciones se han pasado de generación en generación a través de padres a hijos .

Aventurismo: Es el turismo de avistamiento de aves (bird watching)

### **6.4.- OBJETIVOS**

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

Producir una Radio Revista de la Provincia de Imbabura con las nuevas alternativas turísticas como un formato útil para la radiodifusión.

#### **6.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Producir un formato radial útil para la radiodifusión
- ✓ Promocionar a la Provincia de Imbabura, destacando todos sus atractivos para propios y extraños.



- ✓ Ejecutar este proyecto dentro de la programación de las radios de la provincia de IMBABURA

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

Esta investigación se realizó contemplando al tema turístico y su difusión en la Radio dentro de la provincia de Imbabura tomando en cuenta a todos los cantones y parroquias y a todas las clases sociales.

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

Luego de haber terminado todos los argumentos, pasos, ítems de esta propuesta y haberlos desarrollado dentro del marco teórico desarrollo un guion de lo que será esta Radio revista de las nuevas alternativas turísticas para la Provincia de Imbabura

## **6.7.- IMPACTOS.**

La comunicación está inmersa dentro de todos los campos es por esta razón que esta radio revista que tiene un enfoque turístico podrá crear impactos dentro de todos los campos.

### **6.7.1. IMPACTO SOCIAL.**

Los habitantes de la provincia de Imbabura debemos saber cuáles son nuestros referentes nuestra historia y que tenemos como parte de nuestra sociedad.

Al desarrollar esta producción se contribuirá a la sociedad por cuanto, la población estará informado de toda la riqueza turística que encierra a la provincia de los lagos, se fomentara el turismo interno, las nuevas

Alternativas Turísticas de la provincia que beneficiara a todos los sectores así potenciaremos el Turismo místico el relacionado con las practicas ancestrales el de las limpias cambio de energía.

El Aventurismo un encuentro con la naturaleza el encanto de las aves.

El Parque Cóndor encargado de rescate de aves será la mejor opción.

El turismo de Compras Otavalo la Tradicional Plaza de los ponchos Cotacachi su oferta artesanal textil encuero.

Atuntaqui la feria textil de verano “Atuntaqui te viste de Moda”.  
El turismo de Salud las famosas aguas termales El complejo eco turístico Chachimbiro en Urcuqui ..

El Turismo de Aventura Ibarra, Intag Canyoning o Barranquismo, deportes acuáticos, Ciclismo de Montaña Pimampiro.

Turismo Comunitario. Pimampiro en la zona de amortiguamiento de la Reserva ecológica Cayambe – Coca

En fin las nuevas alternativas turísticas en la provincia son numerosas con un impacto social que abarca a todos los sectores.

10 Razones para Visitar Imbabura.

- ✓ Pintorescos paisajes y hermosas lagunas.
- ✓ Variada producción artesanal
- ✓ Pluriculturalidad

- ✓ Riqueza natural y diversidad de climas
- ✓ Espacios para la práctica de nuevas alternativas turísticas (deportes de aventura, turismo místico, turismo comunitario, turismo de salud, de compras etc.)
- ✓ Exquisita gastronomía típica
- ✓ Infraestructura turística y hotelera de calidad.
- ✓ Carreteras y vías de acceso en excelente estado
- ✓ Precios accesibles para diferentes economías
- ✓ Ubicación geográfica privilegiada.

### **Gobierno Provincial de Imbabura Tríptico “Tu destino es Imbabura “**

#### **6.7.2.- IMPACTO FILOSÓFICO.**

Las nuevas formas del turismo han experimentado un amplio desarrollo hoy en día existen numerosas instituciones que fomentan este turismo dentro de las comunidades.

#### **6.7.3.- IMPACTO PSICOLÓGICO.**

Se desarrollara en propios y extraños un concepto más extenso del turismo que involucra a todos los sectores.

Los habitantes de la provincia sabrán todo lo que representa lo nuestro y los muchos lugares que faltan por conocer dentro de la provincia,

#### **6.7.4.- IMPACTO EDUCATIVO**

La información proporcionada servirá para que todos los sectores, se informen de la representatividad que tiene la provincia de los lagos , el

sector educativo se beneficiara pues los jóvenes conocerán alternativas, para todos .

La radio será la encargada de difundir todos los sitios turísticos.

## 6.8.- DIFUSIÓN

Esta producción de Radio se desarrollara los fines de semana en el horario de la mañana ya que en su mayoría los encuestados sugieren.

En cada semana se abordara uno de las nuevas alternativas turísticas que tienen los cantones de la provincia de Imbabura.

Se realizara producción de Radio con contenido y se utilizara guiones para dar un giro a la Radio.

### Radio Revista “Conociendo Imbabura “

<b>CONTROL</b>	Presentación del programa y viñeta de entrada de la radio revista. Entra música instrumental y se establece de fondo.
Locutor : 1	Bienvenida al programa y presentación personal.
Locutor : 2	Presentación personal y descripción del contenido del programa.
<b>CONTROL</b>	Fade In música de fondo, se mantiene 15 segundos y Fade Out.
Locutor 1	Presentación de una de las Nuevas Alternativas Turísticas de la Provincia azul Imbabura Turismo Místico.
Locutor 2	Comentario acerca del dato presentado y presentación de la primera sección.

<b>CONTROL</b>	<p>Viñeta de presentación Características del turismo místico  Imbabura es una provincia de encantos culturales que ofrece diversidad de actividades, el turismo místico o llamado Medicina ancestral utilizado para curar las enfermedades físicas y espirituales.  La historia cuenta que</p> <p>Estas tradiciones se han pasado de generación en generación a través de padres a hijos.  No se vaya luego de esta importante información ampliaremos los detalles</p>
Locutor 1	<p>Nuevamente con ustedes Cuando visite Otavalo el hotel el indio es su mejor decisión con una gran vista de la ciudad junto a la plaza de los ponchos confortables habitaciones, servicio de restaurant con comida típica hotel El Indio siempre es un placer servirle.</p>
Locutor 2	<p><b>CONTINUAMOS TURISMO MÍSTICO</b></p>
	<p>El sector de Ilumán en Otavalo cuenta con una Asociación de Yachac's que están legalmente constituidos y reconocidos por el ministerio de Salud.</p> <p>Si necesita un cambio de energías una limpia San Juan de Ilumán lo espera.</p>
Locutor 1	<p>Esta práctica de medicina ancestral empieza así los Yachac's hacen un llamado al Taita Inti (Padre Sol) a la Pacha mama (Madre Tierra), al aire, fuego y todos los montes que rodea la comunidad, para que las energías positivas entren a la casa del curandero y a sus visitantes.</p>

<b>CONTROL</b>	Viñeta de presentación de la sección turismo. Entra música nacional y se establece de fondo.
Locutor 2	Esta práctica se la realiza todos los días San Juan de Ilumán espera por usted para proporcionarle una fuente de energías positivas.
Locutor 1	Amigos radio escuchas ustedes se preguntaran los precios estas limpias oscilan desde 5 a20 dólares según su necesidad.

<b>CONTROL</b>	Fade In música Andina se establece 3 segundos y Fade Out.
Locutor 2	La limpia Tradicional:  El yachac utiliza la vela para diagnosticar la condición del paciente y de esta manera saber que procedimiento debe seguir para mejorar el estado emocional, físico y energético de la persona que lo requiera, a esto se complementó con los elementos propios de la naturaleza lo que proporciona la Madre Tierra hiervas, piedras y otros amuletos del yachac.
Locutor 1	Comentarios.

<b>CONTROL</b>	Fade Out música Imbabura Comerciales Llamada del público.
Locutor 2	Comentario de la llamada.
Locutor 1	Continuamos con la historia de los curanderos. En la flama de la vela o en las entrañas del cuy se puede observar las enfermedades del paciente con este diagnóstico el Yachac determina qué practica ancestral utilizara y luego extrae las malas energías del paciente y lo llenan de fuerza interior con energía positiva.

<b>CONTROL</b>	Fade In Track 01. Imbabura
Locutor 2	Comentarios generales.
Locutor 1	Comentarios generales y presentación de la segunda sección.

<b>CONTROL</b>	Fade In música electrónica y se establece por 3 segundos. Promocional revista intermedio.
Locutor 1	Dato curioso
Locutor 2	Comentarios.

<b>CONTROL</b>	Viñeta de presentación de la sección Entrevistas Fade In música Folclórica
Locutor 1	Ubicación
Locutor 2	Comentario
Locutor 2	Entrevista Arq. Luis Felipe Orquera
Locutor 1	Despedida

<b>CONTROL</b>	Fade In música nacional se mantiene 3 segundos. Track N°2. Comerciales.
----------------	---

# ANEXOS

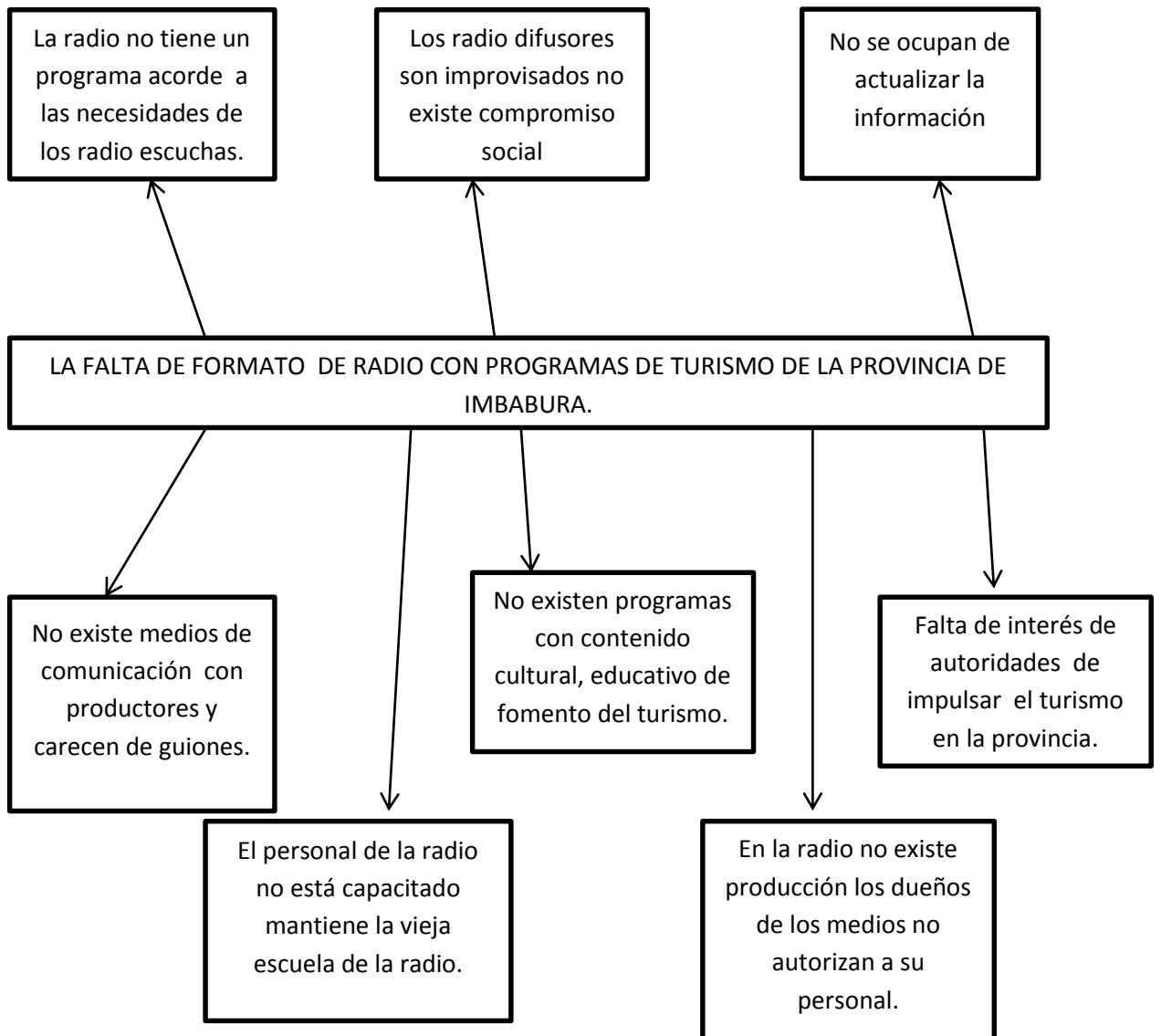






## ANEXO Nº 1

### ÁRBOL DE PROBLEMAS



## ANEXO N°2

### FORMULARIO DE ENCUESTAS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

#### DATOS PERSONALES

**EDAD:** ENTRE 18 a 25 años  ENTRE 41 a 50 años   
ENTRE 26 a 40 años  DE 51ños en adelante

#### NIVEL DE EDUCACION:

PRIMARIA  SECUNDARIA   
SUPERIOR  NINGUNA

**SEXO:** FEMENINO  MASCULINO

#### CUESTIONARIO

1.-Escucha Radio?

SI   
NO

2.-Que Radio?

.....

3.- A qué hora?

.....

4.-Qué tipo de programas?

.....

.....

5.-Qué radio habla sobre turismo?

.....

.....

6.-Que lugares turísticos conoce en Imbabura, de que lugares hablan preferentemente?

.....  
.....

7.-Estaria de acuerdo que se emita un programa que hable de turismo?.

.....  
.....

8.- Conoce algún tema que sea importante en el turismo que no se hable?

.....  
.....

9.- En que horario y día cree que se pueda emitir un programa de turismo?

.....  
.....

10.-Que institución conoce que este apoyando al turismo?

.....  
.....

11.-Es importantes hablar de turismo los temas a tratar podrían ser:

Señale la mejor opción.

- |             |                          |
|-------------|--------------------------|
| Histórico   | <input type="checkbox"/> |
| Gastronomía | <input type="checkbox"/> |
| Cultura     | <input type="checkbox"/> |
| Comunidad   | <input type="checkbox"/> |
| Costumbres  | <input type="checkbox"/> |
| Servicios   | <input type="checkbox"/> |

12.- En las comunidades existen conocimientos de las ventajas del turismo.

.....  
.....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**ANEXO N°3  
RECURSOS**

**Recursos Humanos**

Investigadora

Jefe de hogar

Ama de casa

Estudiante

Profesional

Empleado público

Empleado privado

**Recursos Institucionales**

Radio Municipal LA VOZ DE IMBABURA.

**Recursos Materiales**

Computador

Flash

Anillados

**Recursos Económicos**

Pasar a computadora	250.00
Compra de CD	20.00
Flash	28.00
Materiales de oficina	120.00
Pago al Asesor	300.00
Anillados	25.00
Uso del teléfono	30.00
Trasporte	60.00
Internet	20.00
Copias	15.00
Empastado	60.00
<b>TOTAL</b>	<b>928.00</b>

## **ANEXO N°4**

### **MARCO ADMINISTRATIVO**

#### **TURISMO**

El turismo-aventura se diferencia del deporte de aventura, principalmente, porque en este último no existe una relación contractual de carácter económico, la cual es desarrollada por personas cuya relación en la práctica de la actividad es exclusivamente recreativa o deportiva (deportistas, grupos de amigos, familias) o académica (escuelas de deportes, clubes deportivos, etc.), generándose una relación instructor-alumno. Las actividades de turismo aventura, si bien se derivan de la práctica del deporte aventura ya sea por deportistas fuera de su lugar de residencia habitual o por personas que desean experimentar la práctica de estos deportes en el medio natural pero debe existir una relación económica.



#### **TURISMO MÍSTICO**

La diversidad de costumbres en nuestras regiones son ricas en culturas y creencias. Existen lugares muy concurridos por los turistas que gustan de experimentar nuevas experiencias, viajes de ayahuasca y practica de ritos culturales del tiempo de los incas.

El "Turismo Místico" o "Espiritual", el que se basa en el desarrollo de la persona utilizando, generalmente, los conocimientos ancestrales y elementos naturales.

Desde siempre la sabiduría de las Machi, Chamanes, sanadores y otros tipos de "médicos brujos", han sanado enfermedades sólo utilizando la naturaleza y su energía. Hay algunos casos que se han demostrado científicamente y otros quedan en el anonimato, puesto que fue un fracaso. Estos tipos de curanderos lo hacían sin fines de lucro

El **turismo comunitario** surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, mestizas o afro descendientes propias de un país, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias y defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales.



El **turismo rural** es una actividad turística que se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades (menores a los 1000 o 2000 habitantes) o fuera del casco urbano en localidades de mayor tamaño. Las instalaciones suelen ser antiguas masías y caseríos que, una vez rehabilitados, reformados y adaptados, suelen estar regentados familiarmente, ofreciendo un servicio de calidad, en ocasiones por los mismos propietarios. El agroturismo, el turismo ecológico y el ecoturismo son algunas de las modalidades que, de acuerdo a sus características, pueden incluirse dentro del turismo rural.





### **TURISMO DE COMPRAS**

Además, el turista de compras suele consumir otros productos de alto valor, como la cultura, la salud o el bienestar, la gastronomía y el entretenimiento. Según la Organización Mundial del Turismo hay 4 factores o elementos que definen a un destino de compras: La calidad de los productos.



## LAGUNA DE YAHUARCOCHA



## VOLCAN IMBABURA





## LAGUNA SAN PABLO



## CASCADA DE PEGUCHE



## LUGARES TURÍSTICOS EN IMBABURA



## ANEXO N°5

Nº	ACTIVIDAD	MES						
		FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
1	Inscripciones							
2	Reunión con los inscritos							
3	Inicio del Programa de Tutoría							
4	Presentación del ante proyecto							
5	Exposición del ante proyecto							
6	Entrega del ante proyecto							
7	Corrección del ante proyecto.							
8	Desarrollo de la Propuesta							
9	Solicitar Información a la Empresa							
10	Preparar la propuesta							
11	Investigación de los impactos							
12	Aplicación de la fórmula de impactos							
13	Terminación de la Tesis							
14	Entrega de los cuatro anillados							
15	Defensa del trabajo de grado							

**ANEXO N°6**  
**FORMATO RADIO REVISTA**

**NOMBRE:** CONOCIENDO IMBABURA

**PUBLICICO – VISITA INTERNO**

**TEMAS**

Sitios Turísticos

- OTAVALO
- COTACACHI
- ATUNTAQUI
- IBARRA
- PIMANPIRO
- URCUQUI.

OTAVALO

COSTUMBRES



**Cuña 1** Cuando visite Otavalo para su confort visite el Hotel ALY MI

CUY contamos con hermosas habitaciones con la mejor vista de la ciudad

GASTRONOMIA  
CHICA  
YAMOR

GENTE



**Cuña 2** En Otavalo su mejor lugar de compras es la plaza de

ponchos sus artesanías y el encanto de la gente que lo hipnotiza.

ENTREVISTA  
MARIO CONEJO  
ALCALDE

HISTORIA



**Cuña 3** En Otavalo deleite a su paladar con el plato típico del

Yamor de la Familia Cabrera

LUGARES TURISTICOS  
CASCADA DE PEGUCHE

DESPEDIDA