



**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE
MANABÍ**

**CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO, INVESTIGACIÓN,
RELACIONES Y COOPERACIÓN INTERNACIONAL, (CEPirci).**

MAESTRÍA EN PERIODISMO

TESIS DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE:

MAGISTER EN PERIODISMO

TEMA:

**LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA DE
DESARROLLO SOCIAL. ANÁLISIS COMPARATIVO DE
CONTENIDOS DE LOS PERIÓDICOS COMUNITARIOS
ABDÓN CALDERÓN Y EL VOCAL CON LOS MEDIOS
CONVENCIONALES DE MANABÍ, AÑO 2014**

AUTOR:

LIC. RODOLFO XAVIER CEDEÑO GUADAMUD

**DIRECTOR DE TESIS
LIC. CARLOS GUEVARA MENDOZA, MG. E.S.**

MANTA MANABÍ ECUADOR

2015



**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE
MANABÍ**

**CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO, INVESTIGACIÓN,
RELACIONES Y COOPERACIÓN INTERNACIONAL, (CEPIRCI).**

MAESTRÍA EN PERIODISMO

TESIS DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE:

MAGISTER EN PERIODISMO

TEMA:

**LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA DE
DESARROLLO SOCIAL. ANÁLISIS COMPARATIVO DE
CONTENIDOS DE LOS PERIÓDICOS COMUNITARIOS
ABDÓN CALDERÓN Y EL VOCAL CON LOS MEDIOS
CONVENCIONALES DE MANABÍ, AÑO 2014**

AUTOR:

LIC. RODOLFO XAVIER CEDEÑO GUADAMUD

**DIRECTOR DE TESIS
LIC. CARLOS GUEVARA MENDOZA, MG. E.S.**

MANTA MANABÍ ECUADOR

201

TEMA:

LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA DE DESARROLLO SOCIAL. ANÁLISIS COMPARATIVO DE CONTENIDOS DE LOS PERIÓDICOS COMUNITARIOS ABDÓN CALDERÓN Y EL VOCAL CON LOS MEDIOS CONVENCIONALES DE MANABÍ, AÑO 2014.

Sometido a consideración del Centro de Estudios de Posgrado, Investigación, Relaciones y Cooperación Internacional, CEPIRCI. De la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, como requisito para la obtención del título de Magister en Periodismo.

APROBADO

Ing. Flor María Calero, Mg. E.S.

DIRECTORA DE POS GRADO

Lic. Carlos Guevara Mendoza, Mg. E.S.

DIRECTOR DE TESIS

Miembro del Tribunal

Miembro del Tribunal

Miembro del Tribunal

CERTIFICO:

Haber asesorado y revisado el trabajo de tesis titulado y autorizo la presentación para la defensa previa y aprobación respectiva. **LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA DE DESARROLLO SOCIAL. ANÁLISIS COMPARATIVO DE CONTENIDOS DE LOS PERIÓDICOS COMUNITARIOS ABDÓN CALDERÓN Y EL VOCAL CON LOS MEDIOS CONVENCIONALES DE MANABÍ, AÑO 2014.** Del maestrante Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud.

Lic. Carlos Guevara Mendoza, MG. E.S.
DIRECTOR DE TESIS

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Las opiniones, ideas e informaciones vertidas en este trabajo de investigación, es de exclusiva responsabilidad del autor.

LIC. RODOLFO XAVIER CEDEÑO GUADAMUD

DEDICATORIA

En primer lugar deseo dedicar esta tesis de grado a mi esposa María Álvarez Villagómez, a mis hijos Katiuska Alexandra, Rodolfo Xavier y Alyssa Anelí, quienes han sido soportes de incalculables valor y motivación para llegar a estas instancias de consolidación humana y profesional.

De igual manera deseo dedicar este logro a mi madre Digna Guadamud Molina, a mi padre Enrique Cedeño (+), quien influenció en mi desde muy pequeño la vocación de ser periodista y maestro, profesiones que él también ejerció durante su vida. Así mismo a mis hermanos por sus consejos.

A todos ellos muchas gracias.

RODOLFO XAVIER CEDEÑO GUADAMUD

AGRADECIMIENTO

A Dios, ser supremo que guía mi camino. A mis padres Enrique (+) y Digna, por todo el apoyo que me han brindado a lo largo de mi existencia.

A mi esposa María Álvarez Villagómez, mis hijos Katuska Alexandra, Rodolfo Xavier y Alyssa Anelí, por todo el apoyo dado a mi persona.

A mis hermanos y amigos.

A la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, al CEPIRCI, por permitir desarrollarme como ser humano y profesional en el campo del periodismo y la comunicación social.

A mi Director de Tesis Lic. Carlos Guevara Mendoza, MG. E.S., a quien considero también un gran compañero y amigo fraterno por su apoyo incondicional y guía erudito en la culminación de la presente investigación.

RODOLFO XAVIER CEDEÑO GUADAMUD

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	CAPÍTULO I	1
1.	Planteamiento del problema.....	1
1.1	Contextualización.....	1
1.1.1	Contexto macro.....	1
1.1.2	Contexto meso.....	1
1.1.3	Contexto micro.....	3
1.2	Análisis crítico.....	4
1.3	Prognosis.....	5
1.4	Formulación del problema.....	6
1.5	Delimitación del problema.....	6
1.6	Justificación.....	7
1.7	Objetivos.....	8
1.7.1	General.....	8
1.7.2	Específicos.....	8
	CAPÍTULO II.....	10
2.-	Marco teórico.....	10
2.1	Antecedentes de estudios.....	10
2.2	Fundamento filosófico.....	10
2.3	Fundamentos teóricos.....	11
2.3.1	Comunicación.....	11
2.3.2	Comunicación comunitaria.....	12
2.3.3	La comunicación de carácter comunitario, el desarrollo.....	13
2.3.4	La comunicación al servicio del desarrollo.....	15
2.3.5	Comunicación para el desarrollo.....	18
2.3.6	Tipología de la comunicación para el desarrollo.....	19
2.3.7	Principales modelos de comunicación para el desarrollo en América Latina.....	20
2.3.8	Periódicos comunitarios.....	21
2.3.9	Los periódicos alternativos se unen a los gratuitos.....	23
2.3.10	Los periódicos populares y su responsabilidad social.....	24
2.3.11	Medios comunitarios.....	26
2.3.12	Arduo trabajo.....	27
2.3.13	Contenidos.....	28
2.3.14	Responsabilidad social.....	29
2.3.15	Qué son los medios convencionales.....	30
2.3.16	Aporte cultural de los medios de comunicación.....	32
2.3.17	Análisis de contenidos.....	34
2.3.18	Desarrollo humano.....	35
2.3.19	Desarrollo social.....	37
2.4	Fundamento legal.....	40
2.4.1	Ley vigente en el Ecuador.....	40
2.5	Hipótesis.....	41
	CAPÍTULO III	43
3.	Metodología.....	43
3.1	Tipo de investigación.....	43
3.2	Población y muestra.....	44
3.3	Técnicas e instrumentos.....	45
3.3.1	Técnica de la encuesta.....	45

3.3.2	Técnica de la entrevista.....	45
3.3.3	Técnica de observación.....	46
3.4	Operacionalización de variables.....	47
3.5	Recolección y tabulación de la información.....	49
	CAPÍTULO IV.....	50
4.	Análisis e Interpretación de los Resultados.....	50
4.1	Encuestas realizadas a los habitantes del barrio Villamarina del cantón Jaramijó.....	50
4.2	Encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia rural de Abdón Calderón de Portoviejo.....	72
	CAPÍTULO V.....	124
5.	Conclusiones y Recomendaciones.....	124
5.1	Conclusiones.....	124
5.2	Recomendaciones.....	127
	CAPÍTULO VI.....	130
6.	Propuesta	130
6.1	Título de la propuesta.....	130
6.2	Justificación.	130
6.3	Fundamentación.....	131
6.4	Objetivos.....	132
6.5	Importancia.....	137
6.6	Ubicación sectorial.....	138
6.7	Factibilidad.....	138
6.8	Descripción de la propuesta.....	139
6.9	Descripción de los beneficios.....	140
6.10	Plan de acción 2015.....	141
6.11	Administración.....	142
6.12	Financiamiento.....	142
6.13	Presupuesto.....	142
6.14	Evaluación.....	143
	Bibliografía.....	144
	Anexos.....	149

RESUMEN EJECUTIVO:

El presente trabajo de investigación de tesis de grado de cuarto nivel, responde a las exigencias de la Ley de Educación Superior en la cual la universidad debe establecer políticas y estrategias para elevar la calidad de vida de los sectores vulnerables y que en muchas ocasiones están alejados del sector urbano. En el caso de los periódicos El Vocal y Abdón Calderón, que buscan contribuir al desarrollo social del entorno donde se publica y circula, así surge como variable independiente la comunicación como herramienta de desarrollo social y la variable dependiente la educación y orientación de las comunidades urbanas y rurales. En el análisis de las variables se destaca la importancia los periódicos comunitarios como medios de comunicación sin fines de lucro y que persiguen un desarrollo sostenido para las comunidades que no gozan de obra pública como las grandes ciudades; y la variable dependiente como estos medios comunitarios contribuyen al desarrollo social, educativo y cultural de la población. Para comprobar la hipótesis se procedió al análisis de resultados de las encuestas y entrevistas aplicadas a los habitantes de barrio Villamarina y la parroquia Abdón Calderón. Logrando concluir que para posicionar los periódicos en estas comunidades hay que aplicar una reingeniería comunicacional tanto en diseño como publicación de notas informativas y circulación permanente, además de contar con el apoyo de las autoridades de los Gobiernos Autónomos Descentralizados; esta conclusión permitió realizar la siguiente propuesta: Estrategia de

marketing para posicionar a los periódicos El Vocal y Abdón Calderón en la comunidad urbana y rural del cantón Jaramijó y la parroquia rural Abdón Calderón del cantón Portoviejo.

SUMMARY

This research paper thesis fourth level, meets the requirements of the Higher Education Act in which the university should establish policies and strategies to improve the quality of life of vulnerable and often are far the urban sector. In the case of periodic Vocal and Abdon Calderon, who seek to contribute to social development of the environment in which it is published and circulated, and communication as a tool for social development and the variable emerges as an independent variable dependent on education and guidance of urban communities and rural. In the analysis of the variables highlighted the importance of community newspapers and media nonprofit and pursuing sustained development for communities who do not enjoy public works such as large cities; and the dependent variable as community media contribute to the social, educational and cultural development of the population. To test the hypothesis we proceeded to the analysis of survey results and interviews applied to the inhabitants of Villamarina district and parish Abdon Calderon. Achieving conclude that for positioning the papers in these communities have to apply a communications reengineering both design and publishing briefing notes and permanent circulation, in addition to the support of the authorities of the autonomous governments; This conclusion allowed for the following proposal: Marketing strategy to position the newspapers El Vocal and Abdon Calderon in urban and rural Community.

CAPÍTULO I

1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.- Contextualización

1.1.1.- Contexto macro

La comunicación comunitaria y la comunicación para el desarrollo son conceptos novedosos, que empiezan a cobrar fuerza, principalmente, en los países en vías de desarrollo. La primera se consideró una forma idónea para que el receptor forme parte activa de los procesos comunicativos y la segunda, como un rumbo hacia el cambio social. Es por ello, que estas variantes de la comunicación se han concebido como un gran impulso ético y de responsabilidad, sobre todo, con los sujetos que, por mucho tiempo, fueron obligados a mantener una actitud pasiva frente a los grandes monopolios de información.

1.1.2.- Contexto meso

El papel de la comunicación comunitaria y de la comunicación para el desarrollo en América Latina ha dejado de ser una simple forma de expresión para convertirse en un verdadero modo de participación y acción. Sin embargo, muy poco se ha tratado acerca este tema: de la función de los medios comunitarios, de las propuestas de comunicación para el desarrollo y de los aportes sociales. A pesar de la gran propagación de estos medios, no tienen una presencia consolidada en el ámbito comunicativo; ni tampoco un organismo comunitario que defienda

sus derechos, que garantice su funcionamiento y expansión en los diversos países y que la vincule con el desarrollo social.

El aporte de diversos países del mundo, de manera especial en América Latina como región pionera en la comunicación para el desarrollo y pionera en la generación tanto de prácticas concretas como de pensamiento crítico, es significativo. El pensamiento crítico sobre la comunicación para el cambio social y para la comunicación desde el desarrollo, desde la perspectiva de participación; esa es una ventaja notable.

En algunas partes del continente ya se han creado instituciones dedicadas al rescate y mejoramiento de la comunicación comunitaria, mediante la coordinación de esfuerzos interdisciplinarios a nivel regional, como la plataforma de Comunicación para el Desarrollo de América Central y el Caribe.

El fenómeno de la prensa gratuita de información general ha vivido en los últimos meses un interesante impulso en el mercado de periódicos, que ha visto cómo este tipo de diarios se convierten en un arma eficaz en la captación de nuevos lectores o en gancho para atraer audiencias hacia periódicos de pago.

De tal forma, este puede ser el medio ideal para promover eventos, para obtener información o para establecer lo que puede formar parte de un programa educativo o una campaña política. Los educadores electorales

pueden utilizar estos periódicos para comunicar la información local, por ejemplo, donde deben votar los ciudadanos, donde se deben registrar. Por lo general se tiende a utilizar más el material que ha sido preparado con el editor bajo el formato adecuado.

Muchos periódicos comunitarios no se consideran a sí mismos como parte de una familia de libre distribución. Ellos sienten que tienen una misión específica, además de que reciben el apoyo de una organización basada en la comunidad o de un grupo de asociaciones con un objetivo político específico. Dichos periódicos pueden tener un grueso de lectores. Sin mencionar que los más exitosos ya han penetrado la comunidad en general. En el caso de Ecuador experiencias de periódicos comunitarios es igual a lo que sucede en América Latina, se destacan mucho las radios comunitarias como flacso radio, wambra radio y otras que llegan a las comunidades con mensajes educativos, religiosos, culturales, orientativos, respecto a la vida social, política, educativa y social del Ecuador. Por lo tanto, se debe poner énfasis respecto al desarrollo de los periódicos comunitarios como un aporte a la comunidad.

1.1.3.- Contexto micro

Así resulta necesario estudiar la comunicación como herramienta de desarrollo social. Análisis comparativo de contenidos de los periódicos comunitarios Abdón Calderón y el Vocal con los medios convencionales de Manabí, año 2014.

La comunicación como proceso de aprendizaje e interacción juega un rol preponderante tanto en los seres humanos como instrumento de progreso entre los pueblos del mundo, la misma ha sido la base para que los seres humanos a partir de esa concepción difundan mensajes de todo tipo a través de los medios de comunicación, mecanismo que ha servido también para aprender y compartir con diversidad de mensajes e informaciones, por ello es necesario conocer la estructura y la parte expositiva y argumentativa de estos códigos comunicativos para saber de qué manera difunden y en que se diferencian uno del otro a la comunidad en su contexto.

Estos medios de comunicación alternativos son gratuitos en relación a los otros medios de comunicación masivos. Con seguridad la economía, la educación la salud, educación y todas las actividades comunitarias se reflejan con estos medios comunitarios.

1.2.- Análisis crítico

El periódico comunitario Abdón Calderón, perteneciente a la parroquia rural del mismo nombre del cantón Portoviejo, es la representación auténtica y con característica única de ser un medio alternativo que tiene su asentamiento en una comunidad rural de Portoviejo y Manabí, que se ha asentado desde hace quince años dentro del contexto patrimonial. Su tarea principal es publicar sus costumbres, identidad y cultura popular asentada en los habitantes desde su creación como población civil, allá

por el 11 de diciembre de 1907. Si bien es cierto que su periodicidad es semestral, tiene acogida y está asentado como parte de su distintivo patrio, la proyección en menor tiempo posible es circular de manera permanente y constituirse en un paladín de los derechos y bienestar que le corresponde a la parroquia Calderón como una zona de progreso y desarrollo dentro del contexto sociológico de Portoviejo y Manabí.

El periódico comunitario El vocal de Jaramijó nació en el 2010, en el barrio Villamarina, su director editor es el señor Jairo Barreiro Vélez, periodista egresado de la Facultad Ciencias de la Comunicación de la ULEAM. Su labor periodística la ha centrado en difundir los problemas que aquejan a este sector de Jaramijó, aquejado por el desinterés seccional y estatal; el periódico El Vocal tiene tamaño tabloide, su número de páginas varía de acuerdo a la edición y contenidos que publica, esto es entre ocho a 12 páginas, tiene una periodicidad de semestral. Su contenido está determinado en variedad de géneros periodísticos con contenidos alusivos expresamente a los problemas que tiene Villamarina, también le dedica espacios a temas de reflexión nacional e internacional; además cuenta con vinculación a las redes, tales como Twiter y facebook, correo electrónico y sus oficinas están ubicados en el barrio Villamarina.

1.3.- Prognosis

Los medios de comunicación comunitarios escritos, contribuyen al desarrollo de las comunidades que en muchas ocasiones están lejos del

sector urbano y por lo tanto la población no puede acceder a los medios convencionales de circulación masiva, de ahí que se convierten en referentes de la comunicación popular que requiere de información, educación, orientación, cultura y a través de estos medios generar desarrollo social a estos sectores que tanto lo demandan. Por lo tanto el Estado, los gobiernos Autónomos Descentralizados, cantonales, parroquiales y jurisdiccionales deben armar políticas de apoyo y estrategias para consolidarlos y asegurar la publicación permanente y circulación para contribuir al anhelado desarrollo social.

1.4.- Formulación del problema

¿Cuáles son las ventajas que brinda la comunicación como herramienta de desarrollo social en la comunidad?

1.5.- Delimitación del problema

Campo: Periódico comunitario.

Área: Comunicación social.

Aspecto: Herramientas comunicativas.

Delimitación espacial: Parroquia rural de Abdón Calderón, cantón Portoviejo, y El Vocal del cantón Jaramijó, provincia de Manabí.

Temporal: 2014.

1.6.- Justificación

La comunicación como proceso de interacción entre los seres humanos, también es un instrumento mediante el cual se cumple una función mediadora entre sujetos y entorno de la comunicación; suministrando información sobre el acontecer social y la transmisión de significados sociales.

Los medios de comunicación como parte del proceso práctico de esa interacción comunicacional han contribuido informando, orientando y educando al desarrollo social, cultural, educativo de la comunidad.

Dentro de este contexto, los medios de comunicación comunitarios han proporcionado una alternativa vital, orientada por objetivos sociales en vez del lucro privado, dándoles importancia a las personas en lugar de tratarlas como consumidores pasivos, nutriendo el conocimiento de la comunidad. Estos medios están comprometidos con los enfoques de los derechos humanos, justicia social y sostenibilidad para el desarrollo de las mismas comunidades.

Los periódicos gratuitos semanales comunitarios —caracterizados por los contenidos de economía, farándula, política, etc., y los semanarios gratuitos de noticias alternativos, son periódicos urbanos, irónicos, con una gran carga de opinión y con identidades y enfoques muy heterogéneos.

La presente investigación busca estudiar la comunicación como herramienta de desarrollo social. Análisis comparativo de contenidos de los periódicos comunitarios Abdón Calderón y el Vocal con los medios convencionales de Manabí, año 2014.

Los beneficiarios directos serán la comunidad urbana y rural de la parroquia Abdón Calderón de los cantones Portoviejo y Jaramijó.

Tiene factibilidad social, económica y técnica.

- **Social:** Porque contribuirá a la comunidad para brindarle información amena de la sociedad.
- **Económica:** Porque se cuenta por parte del autor de esta tesis con los recursos necesarios para desarrollar la presente investigación.
- **Técnica:** Por cuanto se contó con el apoyo de los especialistas en el área de la prensa escrita y medios alternativos.

1.7.- Objetivos

1.7.1.- General

Estudiar La comunicación como herramienta de desarrollo social. Análisis comparativo de contenidos de los periódicos comunitarios Abdón Calderón y el Vocal con los medios convencionales de Manabí, año 2013.

1.7.2.- Específicos

- Identificar los contenidos de los medios convencionales de Manabí.

- Verificar los contenidos del periódico comunitario Abdón Calderón y El Vocal su aporte a la educación y orientación de la comunidad.
- Demostrar que la comunicación es una herramienta de desarrollo social.
- Sugerir una estrategia comunicacional para fortalecer los contenidos periodísticos de estos medios de comunicación.

CAPÍTULO II

2.- MARCO TEÓRICO

2.1.- Antecedentes de estudio

Según los estudios realizados no se han encontrado evidencias de investigaciones parecidas o relacionadas con el periódico comunitario en la parroquia Calderón de Portoviejo y El Vocal de Jaramijó, por lo tanto resulta necesaria la presente investigación.

2.2.- Fundamento filosófico

Fundamentados en los principios, normas de un periodismo popular, y comunitario; determinado en apoyar la cultura de comunidades parroquiales y rurales nacen estos medios de comunicación que han permitido incidir y proyectar por mejores días la imagen corporativa de la parroquia Calderón y Jaramijó. Comunidades que tienen actualmente catorce mil, ciento sesenta y cuatro mil habitantes, 14.164, y veinte mil habitantes, de acuerdo al censo del INEC del 2010 respectivamente; los mismos que por muchos años han luchado por desterrar el abandono y la indiferencia seccional y estatal.

El periódico comunitario es un medio de comunicación que tiene como objetivo principal fortalecer la cultura, historia, valores ancestrales, destacar las características más relevantes de la población e informar y

educar a la comunidad para que tengan conciencia sobre su rol en la sociedad en la cual se desenvuelven.

Como resultado de los quince años de promoción y difusión periodística del periódico Abdón Calderón y El Vocal, las sensaciones y retroalimentaciones de experiencias entrelazadas con la comunidad han permitido robustecer los ideales de un periodismo comunitario auténtico y verídico; participando de hechos y acontecimientos que en muchos casos, los medios de comunicación analógicos no han hecho conocer en sus páginas a la opinión pública de las zonas urbanas y grandes ciudades de Manabí.

2.3.- Fundamentos teóricos

2.3.1.- Comunicación

Stanton, Etzel y Walker, la comunicación es "la transmisión verbal o no verbal de información entre alguien que quiere expresar una idea y quien espera captarla o se espera que la capte"

Lamb, Hair y McDaniel, la comunicación es "el proceso por el cual intercambiamos o compartimos significados mediante un conjunto común de símbolos".

Anzieu (1971), define la comunicación como el conjunto de los procesos físicos y psicológicos mediante los cuales se efectúa la operación de relacionar a una o varias personas – emisor, emisores- con una o varias

personas –receptor, receptores-, con el objeto de alcanzar determinados objetivos.

2.3.2.- Comunicación comunitaria

Berrigan (1981) dice que esas modalidades de utilización de los medios de comunicación en dos sentidos han recibido el nombre de “comunicación comunitaria” o “medios de comunicación comunitaria”.

Ya antes se habían empleado términos similares para designar la programación destinada específicamente a determinados grupos, por ejemplo, los étnicos o los minoritarios o los que tienen necesidades o intereses especiales. Con la salvedad de esta orientación deliberada, no han cambiado gran cosa los procedimientos de producción, los temas son escogidos del mismo modo, por profesionales de la comunicación, y apuntan a atender las necesidades e intereses aparentes del público. Pero la comunicación de carácter comunitario ha de ser algo más que una programación concebida para grupos seleccionados o especiales.

Aspira a basarse en algo más que en las necesidades e intereses supuestos de su público. Los medios de comunicación comunitaria son una adaptación de los medios de comunicación en general, para su uso por la comunidad y para cualquiera de los objetivos que decida ésta. Se trata de unos medios de comunicación a los que tienen acceso.

Los miembros de esa comunidad, con fines de información, educación o esparcimiento, cuando necesitan ese acceso. Se trata de unos medios de comunicación en los cuales participan los habitantes como planificadores, productores o intérpretes. Son el instrumento de expresión de la comunidad, más que para la comunidad. La comunicación comunitaria designa un intercambio de puntos de vista y de noticias, y no una transmisión de una fuente a otra.

La idoneidad de estos medios de comunicación para el desarrollo dependerá de que se entienda cabalmente lo que es el desarrollo. Existe un estrecho paralelismo entre las teorías más modernas sobre la comunicación y el propio desarrollo. Unas y otro se deriva de consideraciones sociopolíticas.

2.3.3.- La comunicación de carácter comunitario y el desarrollo

El convencimiento de que es deseable el desarrollo y de que los medios de comunicación pueden contribuir al mismo. El peligro que acecha al sugerir los caminos mediante los cuales pueden hacer esto los medios de comunicación consiste en que se sobreestime el papel que pueden desempeñar, y en que se les otorgue una gran prioridad. No es ésta la intención ya que si bien se considera que los medios de comunicación son de gran valor para el desarrollo, nunca son eficaces si se utilizan aisladamente y si no van acompañados de cambios prácticos en la estructura orgánica, política y social de cada país. El valor de los medios

de comunicación depende de una amplia gama de iniciativas de desarrollo.

Aunque es poco lo que pueden hacer los medios por si solos, es obvio el papel que pueden desempeñar en el desarrollo. Las comunidades en desarrollo se caracterizan por su aislamiento con respecto a las ideas y la información y a los servicios. La mayor parte de la población vive en zonas rurales donde el transporte de personas y productos es lento y difícil, impidiendo el acceso a los mercados y a los centros sociales y culturales. El modelo de desarrollo adoptado supone frecuentemente que llegan antes a las ciudades los servicios esenciales y mejores, tales como los que corresponden a los servicios sanitarios y los de educación.

Se requiere mucho tiempo para que estos se extiendan al campo, en donde vive la mayor parte de la población. El número limitado de centros de enseñanza y de capacitación que existen en las ciudades no permite cubrir las necesidades correspondientes, y al personal de divulgación o extensión le resulta difícil atender las zonas más necesitadas. Pero, sin un aporte de ayuda especializada y de información a las zonas rurales el desarrollo será lento. Muchos países corren el peligro de una emigración de los jóvenes a las ciudades, atraídos por las oportunidades y facilidades urbanas. El único medio de prevenir esto es el desarrollo rural.

Los medios de comunicación pueden constituir el método más barato y rápido de llegar a las comunidades rurales y de suministrarles una

competencia técnica que antes no existía. Como los medios de comunicación pueden llegar a las comunidades aisladas, se ha dado gran importancia a la utilización de medios de comunicación de masas, esto es, de unos mensajes que van de las capitales a la periferia. En muchos casos, era limitada la capacidad de respuesta de esas comunidades. Los medios de comunicación transmitían en una sola dirección, a partir del centro. No se tenía en cuenta lo que le ocurría al mensaje, ni su impacto y la actitud de quienes lo recibían. El contenido de la programación era decidido centralmente, a partir de las opiniones de un grupo relativamente pequeño de personas sobre lo que las comunidades necesitaban y querían conocer. En el uso de los medios de comunicación para el desarrollo se ha hecho más hincapié en decir y en enseñar que en un intercambio de peticiones e ideas entre el centro y las zonas periféricas.

2.3.4.- La comunicación al servicio del desarrollo

En su libro *Communications and Rural Development*, Bordenave expone los cambios que ha experimentado históricamente la teoría de la comunicación en su aplicación al desarrollo. Indica como, después de la comunicación interpersonal, que entraña un diálogo, las tecnologías de comunicación social permitieron a los responsables de la política nacional llegar simultáneamente a comunidades enteras. Al mismo tiempo, a causa de una programación centralizada dejó de existir el intercambio de pareceres, que es indispensable para una verdadera comunicación. De

ahí surgió un tipo de comunicación al servicio del desarrollo que adoptó el modelo comercial antes citado. Las estrategias de comunicación para el desarrollo basadas en este modelo eran concebidas cuidadosamente, y las campañas de comunicación en apoyo de proyectos de desarrollo iban destinadas a grupos concretos, exactamente igual que las campañas de publicidad. A veces, los profesionales de la comunicación social estudiaban la forma de oír y mirar los programas de su público, sus intereses y su nivel de instrucción y a continuación concebía una serie de "anuncios" con miras a suscitar interés por los proyectos y estimular a la gente para que los ensayara, y reforzaban ulteriormente este comportamiento. Se trataba de una técnica bien establecida, que se llevó por primera vez a la práctica en los Estados Unidos y en los países industrializados, y que más tarde se transformó para facilitar el desarrollo de los países menos adelantados.

Pero esta es una visión limitada de la comunicación al servicio del desarrollo, ya que tiene un carácter vertical y unilateral. Presupone la posibilidad de cambiar ciertos comportamientos y hábitos mediante unos mensajes. Los medios de comunicación social empleados de este modo tienen que combatir el peso de la tradición y de los tabúes y vencer ciertos temores. Tienen que basarse en una visión colectiva de su público y calibrar en alguna forma las dificultades que surgirán, los problemas de comprensión que se manifestarán y los temores y resistencias que engendrarán quizá los nuevos elementos. No es este un modo de

emplear la comunicación en el cual el individuo tenga la oportunidad de enterarse mejor, de interrogar, de conocer las causas y los móviles, o de expresar sus recelos y/o protestas.

Las investigaciones sobre el particular han demostrado que, aunque se puede obtener información a partir de fuentes no personales –por ejemplo, la radio, la televisión y la prensa– esta información sólo incita a unos pocos a cambiar de comportamiento. Y el desarrollo entraña precisamente un cambio de comportamiento, El mejor modo de enterarnos de lo que ocurre consiste en los contactos interpersonales y en la comunicación directa con los demás. Unas técnicas de comunicación de masas como las antes indicadas no pueden proporcionar tal intercambio. Bordenave sugería un enfoque de la comunicación al servicio del desarrollo consistente en concebir la comunicación como un sistema.

Esto es, la comunicación es un fenómeno cíclico, en el cual cabe introducir elementos (influencias) en cualquier punto. Un mensaje o una comunicación pueden proceder de cualquier punto y puede ser objeto de adiciones, preguntas o respuestas a partir de cualquier otro. Cada uno de esos puntos es igual a los demás. Bordenave presentaba las influencias como ingredientes activos en la concepción y el mantenimiento del sistema: se trata de un reactivo que "engendra unos mecanismos correctivos que mantienen el funcionamiento del sistema en marcha hacia su meta"

2.3.5.- Comunicación para el desarrollo

El concepto Comunicación para el desarrollo aparece en el siglo XX y se refiere a toda una serie de estrategias comunicativas que se aplican a los llamados países del Tercer Mundo con el objetivo de mejorar sus condiciones de vida. Se basaba en la idea de que los medios de comunicación tenían importantes efectos que podían conducir al crecimiento económico de los países y, como consecuencia, provocar cambio social. Para ello, se emitían mensajes con fines educativos que iban dirigidos en principio a áreas como la agricultura, sanidad, nutrición, planificación familiar y desarrollo de las áreas rurales, etc. Más tarde se incorporaron otras como la ideología, la cultura y la identidad nacional.

Es a partir de los años 50, cuando se comienzan a utilizar de manera sistemática los medios de comunicación para fomentar el desarrollo. Tras la Segunda Guerra Mundial aparecen nuevas naciones independientes que se convierten en blanco de las políticas expansionistas de las potencias mundiales en el terreno económico. Los países del Tercer Mundo, serán los objetivos fundamentales de los planes de desarrollo que se comienzan a elaborar desde las organizaciones internacionales como la ONU, el Banco Mundial, UNICEF, UNESCO, PNUD, FAO etc, donde la herramienta clave eran los medios de comunicación.

La comunicación para el desarrollo alude al tipo de comunicación que debe estar intencionalmente dirigida y sistemáticamente planificada a la

consecución de cambios concretos en la sociedad, en las instituciones y los individuos. Cuando la comunicación está ligada al desarrollo, dice la peruana Rosa María Alfaro, lo hace no sólo como aporte auxiliar y metodológico, sino como objeto mismo de transformación de la sociedad, constituyéndose, por lo tanto, en medio y fin.

2.3.6.- Tipología de la comunicación para el desarrollo

El boliviano Luis Ramiro Beltrán clasifica las experiencias de comunicación y desarrollo en: i) Comunicación de Desarrollo, noción de que los medios de comunicación tienen la capacidad de crear una atmósfera pública favorable al cambio, considerada indispensable para la modernización de sociedades por medio del crecimiento económico; ii) Comunicación de Apoyo al Desarrollo, noción de que la comunicación planificada y organizada, masiva o no, es un instrumento clave para el logro de las metas prácticas de instituciones y proyectos específicos que buscan el desarrollo; y, iii) Comunicación Alternativa para el Desarrollo Democrático, noción de que al expandir y equilibrar el acceso y la participación de la gente en el proceso de comunicación, masiva o interpersonal, el desarrollo debe asegurar además de beneficios materiales, justicia, libertad y gobierno de la mayoría. A esta tipología su compatriota Adalid Contreras añade: Comunicación-Desarrollo o Comunicación con Desarrollo, cuando la comunicación se enriquece con los estudios de recepción y consumo cultural, diseñando un paradigma

que valora las mediaciones en la apropiación y uso de mensajes desde la complejidad de las culturas.

2.3.7.- Principales modelos de comunicación para el desarrollo en América Latina

En América Latina existen tres modelos fundamentales de Comunicación para el desarrollo cuyo enfoque varía dependiendo de la concepción del desarrollo en que se está basado y de la función que se considera que deben tener los medios de comunicación en este proceso. Estos son: Modelo Liberal-Causal, Modelo Marxista-Socialista y Modelo Monístico emancipatorio.

Modelo Liberal-Causal: Establece una relación causa efecto entre comunicación y desarrollo. Supone que la introducción de tecnología y la emisión de determinados mensajes tendrían un efecto directo en el crecimiento económico: crearían una motivación por el cambio y la innovación, que, a la larga, daría lugar al cambio de la sociedad tradicional a la moderna. La propuesta de desarrollo, por tanto sería el cambio hacia una sociedad occidentalizada y capitalista.

Modelo Marxista Socialista: Aunque mantiene la relación directa entre comunicación y desarrollo, difiere de la anterior en la función que se le da a los medios en el proceso. Estos se consideran como elementos claves en la difusión de la ideología por lo que serán utilizados para la propaganda política y la movilización de las masas.

Modelo Monístico emancipatorio: En este modelo los medios de comunicación y la tecnología aparecen como herramientas necesarias para el desarrollo pero no suficientes para provocar el cambio social. Se centra más en las necesidades concretas de las poblaciones a las que va dirigida, fomentando la participación de estas en la elaboración de los propios proyectos de desarrollo. También utiliza los recursos locales, combinando medios de comunicación tradicionales de menor alcance (micromedios) con los medios de comunicación de masas, a fin de lograr una transmisión más efectiva de la información ajustada a sus destinatarios. Además de favorecer el desarrollo económico y político, se centra en proporcionar autonomía e identidad a las naciones fomentando su desarrollo social y cultural.

2.3.8.- periódicos comunitarios

“Los pueblos tribales en países independientes, cuyas condiciones sociales, culturales y económicas les distinguen de otros sectores de la colectividad nacional, y que estén regidos total o parcialmente por sus propias costumbres o tradiciones o por una legislación especial; los pueblos en países independientes, considerados indígenas por el hecho de descender de poblaciones que habitaban en el país o en una región geográfica a la que pertenece el país en la época de la conquista o la colonización o del establecimiento de las actuales fronteras estatales y

que, cualquiera que sea su situación jurídica, conservan todas sus propias instituciones sociales, económicas, culturales y políticas, o parte de ellas.”

Lajas (2012) expresa que en diferentes ocasiones se ha hablado aquí de periodismo comunitario o medios comunitarios, términos que corresponden al concepto anglosajón de *Community Media*. Se pueden encontrar diferentes definiciones para este concepto –*Community media* en la Wikipedia en inglés, *Medio de comunicación comunitario* en la Wikipedia en español, dentro de la entrada *Periodismo Ciudadano* en la Wikipedia en Español...–, pero todas vienen a contener los principios que en su explicación del término resume la UNESCO: “*medios de comunicación independientes, gestionados desde la sociedad civil, que operan sin fines de lucro y en pro de las mejoras sociales*”.

Pena (2009) dice que el periodismo comunitario podría incluirse dentro del apartado sobre la resistencia. Sin embargo se optó por separarlo porque es una de las formas más factibles de democratizar el acceso a la información. Para el profesor Muniz Sodré, que utiliza el concepto de vínculo, la verdadera comunicación solo ocurre en la comunidad. Por su parte, para Sennett la resistencia a la atomización del individuo en la sociedad contemporánea únicamente tiene lugar en aquellos segmentos que mantienen vínculos de comunidad, como rituales y tradiciones. Pero la profesora Eliane Tavares advierte:

Para hablar de periodismo comunitario se necesita antes pensar qué es la comunidad. Según el diccionario Aurelio es la cualidad de lo que es común, sociedad, lugar donde residen individuos asociados, comuna. Si es así, entonces todo el periodismo es comunitario. A fin de cuentas un periódico lo leen centenares de sociedades e individuos asociados.

Para Kaplún, las tres dimensiones de la participación (educación, comunicación social y política) tienen la democratización como fuerte solicitud. Y completa la idea diciendo: “esta nueva concepción de la comunicación educativa, participativa y asociada a la organización popular propone contribuir para democratizar, al mismo tiempo, la educación, la comunicación y el conjunto de las relaciones sociales” (Kaplún, 1983: 24).

2.3.9.- Los periódicos alternativos se unen a los gratuitos

La tabloidización, en Gran Bretaña; los diarios gratuitos -los llamados commuter newspapers- que siguen el modelo de Metro y 20 Minutos; los "nuevos gratuitos" de Estados Unidos, junto con los periódicos para jóvenes, forman un cuarteto que durante 2003 ha demostrado una gran eficacia en la captación de nuevos lectores, en un escenario de caída progresiva de la audiencia y la circulación en la industria mundial de periódicos. Pero el cuarteto es quinteto, ya que los periódicos comunitarios semanales y los periódicos alternativos también han demostrado la misma eficacia en los últimos tiempos, logrando además

incrementos en la inversión publicitaria por encima de la media en mercados como el estadounidense.

Garrido (2012) manifiesta que así, un medio de comunicación alternativo sería una publicación periódica que expresa la posición y directrices ideológicas de un partido u organización con el fin de dar noticia de algo al común del pueblo desde una perspectiva contrapuesta a los modelos oficiales comúnmente aceptados.

La diferencia entre los medios alternativos y los comunitarios se encontraría, según esto, en aquellos que elaboran y difunden el mensaje: en el caso de los comunitarios, los miembros de una comunidad –en el sentido antes señalado, con su carga de heterogeneidad–; en el caso de los alternativos, organizaciones que, aunque defiendan una perspectiva contrapuesta a la oficial, no por ello dejan de representar visiones particulares –en el sentido de privadas, no públicas.

2.3.10.- Los periódicos populares y su responsabilidad social

Lo cierto es que, para los lectores populares, los periodistas constituyen quienes les posibilitan su propia visibilidad, y aún con carencias o con agendas parciales, les permiten el ejercicio del derecho a recibir información y también a ser sujetos de ella. Sin embargo la prensa popular recibe críticas que son repetidas y conocidas: se la acusa de ser un producto de escasa elaboración periodística, centrado en la espectacularización de los acontecimientos y en el “amarillismo”. El

sustento de tales observaciones es tanto cultural como ideológico: se deriva de las formas estructurales de dominación que históricamente hicieron de la llamada prensa seria el único modelo aceptado y aceptable. Dirigidos a los estamentos medios y altos de las sociedades, los alfabetizados y relacionados con el poder, hasta fines del siglo XIX estos periódicos fueron partidistas y opinionistas, como tal, explícitamente subjetivos. Como voceros de la cultura ilustrada, se han erigido y son reconocidos como la voz autorizada no sólo por sus lectores sino por las instituciones y los gobiernos, los diferentes actores que instalan y producen las políticas públicas, para quienes son referentes y fuente informativa. Sin abrir juicios de valor, describo un estado de la situación que hace a la complejidad de la producción y el estudio de los periódicos populares. La clasificación propone un marco de reconocimiento simplificador, periódicos populares – periódicos no populares. Una mirada a la categorización de las industrias culturales permite verificar dos improntas: una elitista, otra, masiva y popular.

Hacer e investigar el periodismo popular obliga a internarse en el antiguo aunque vigente debate entre la cultura alta o ilustrada y la cultura denominada baja, vulgar o popular, donde los calificativos son índice del descrédito de unos de los términos, la cultura popular. La tensión entre dos términos que se han construido como irreconciliables, la cultura ilustrada, que tiene a la razón, la conciencia, como valor referencial y

superior; la cultura popular, que reivindica el cuerpo. Y esta tensión quedó establecida ya en Aristóteles.

2.3.11.- Medios comunitarios

CIESPAL (2011) informa que los primeros medios de comunicación comunitarios del Ecuador fueron las radios populares que tenían una labor educativa, la iglesia católica también juega un papel importante en la creación y apoyo a estos medios pues era una manera de acercarse al pueblo. Cabe indicar que estas radios comunitarias tenían como objetivo la alfabetización, educación y evangelización de los pueblos indígenas.

Luego aparecen otras radios educativas populares que contribuían al desarrollo social de esta población, estos medios fueron aprovechando las ventajas de las tecnologías con acceso al satélite que permitían ampliar la cobertura de los mensajes.

Es importante indicar que CIESPAL aportó para el surgimiento y fortalecimiento de los primeros medios comunitarios en el país, cuyo objetivo era canalizar y aumentar la participación, generar un proceso educativo, difundir información y compartir experiencias. Por lo tanto los aportes de las organizaciones públicas o privadas han sido significativos para el desarrollo de los medios de comunicación comunitarios que hasta el día de hoy contribuyen en brindar información, identidad, progreso y bienestar de los lugares donde se publican y difunden mensajes comunicacionales.

2.3.12.- Arduo trabajo

La historia de los medios de comunicación comunitarios en América Latina está signada por un arduo trabajo de años de persistencia clandestina que ha cobrado la libertad de los que se han interpuesto al orden y control social de los capitales imperiales de las grandes potencias industriales del mundo global, donde no es permisible la letra bajo la lupa, porque ésta es bocado mercantil que suma poder, así tenga que inyectarse con sangre de pueblo, cual aguja hipodérmica que paraliza conciencias a millones de inconscientes humanos que chocan entre sí buscando un falso progreso que se traduce en la peor de las adicciones creadas por el hombre: la carrera psicótica del consumo de todo tipo hasta de ideas sutiles que esclavizan la libertad de pensamiento. Prospección de vida que relata George Orwell en su novela 1984.

Es difícil de conceptualizar en estos tiempos cuando el emporio comunicacional privado domina la escena y desmerita cualquier intento de buena fe que surja a nivel de comunicación e información de las entrañas del pueblo para el beneficio colectivo. Lógico, si no, se acaba el negocio. Sin embargo, se tratará de acercarse al enfoque.

El medio comunitario es una herramienta de difusión que surge dentro, desde y para la comunidad, generando un impacto político-educativo, social, cultural y económico en un espacio delimitado, donde los diversos

actores tienen en común la solución de debilidades y el fortalecimiento colectivo, por encima de los intereses particulares.

2.3.13.- Contenidos

Como quiera que sea, a los medios se les ubica como portadores de mensajes. “Los medios de comunicación masiva --explicó Janowitz--. Comprenden las instituciones y técnicas mediante las cuales grupos especializados emplean recursos tecnológicos para difundir contenidos simbólicos en el seno de un público numeroso, heterogéneo y disperso”. Dicho de manera directa, un medio de comunicación es “todo instrumento o soporte de mensajes”

No tiene mucho sentido discutir acerca de cuáles de estos contenidos son más o menos deseables, ni discutir acerca de si los medios tienen o no una responsabilidad social al respecto, si antes no queda claro que un medio de comunicación, merced a su contenido editorial, debe ser capaz de generar una audiencia.

Domínguez (2005) expresa que el punto central está en que el valor del medio de comunicación resulta de la audiencia que genera. Su papel, pues, es el de generar una audiencia. Sin audiencia, un medio de comunicación no tiene sentido. De hecho, en el modelo de comunicación, el medio es el eslabón que une a la audiencia con los participantes anteriores: productor, talento y emisor del mensaje.

Reitera en ese sentido que generar una audiencia, captar y mantener su atención es algo que los medios logran al conceptualizar, desarrollar, producir y difundir un contenido editorial, que puede estar enfocado a lo formativo, educativo, informativo, noticioso, de entretenimiento, diversión o una mezcla de ellos.

No tiene mucho sentido discutir acerca de cuáles de estos contenidos son más o menos deseables, ni discutir acerca de si los medios tienen o no una responsabilidad social al respecto, si antes no queda claro que un medio de comunicación, merced a su contenido editorial, debe ser capaz de generar una audiencia.

2.3.14.- Responsabilidad social

En este libro, la definición corta de Responsabilidad Social (RS) es *comportamiento ético*. Es decir, una forma elevada de relacionamiento con los demás, no es nuevo, es... *hacer a otros lo que quisiéramos que nos hicieran a nosotros*⁷.

La definición más extensa de RS es: *crear sinergias que conduzcan a aumentar el bien común de corto y largo plazo en armonía con el entorno y los intereses comunes e individuales, tácitos y explícitos. Es practicar y fomentar el comportamiento ético, en especial hacernos cargo de todas nuestras formas de influencia sobre las personas y el medio ambiente.*

La Responsabilidad Social comienza allí donde termina la responsabilidad legal. Es decir, no es un logro de RS cumplir con la ley, lo cual es una condición básica de comportamiento, el mínimo para entrar a jugar.

CERES (2014) dice que los medios son considerados un agente comunicador esencial para promover la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). El periodista o comunicador, al hacer uso de información, de crítica, de investigación, de denuncia responsable, de ética periodística, de transparencia y de opinión pluralista, ofrece a los ciudadanos un servicio de utilidad pública sin precedentes, orientado a un fortalecimiento de la democracia y de la construcción de una sociedad más consciente de sus derechos y obligaciones.

2.3.15.- Qué son los medios convencionales

La cuestión es que volviendo a los medios de comunicación, suelen ser estos los considerados serios y correctos, líderes del contenido, únicos que tienen la verdad, y esto cada vez está más lejos de ser una realidad.

Es de imaginarse que cuando en los titulares dicen: “Atrapan a banda de hackers”, y muestran un Word con letra Arial tamaño 24 que enviaban por email con un texto tipo “Hola, somos del Banco, y tuvimos problemas con la base de datos, responda con su contraseña y usuario”, muchas personas pueden tomar esa información en serio, de hecho muchos noticieros o diarios pueden creer que están realmente ante hackers.

Pero vean que si bien muchos responden a esos emails y así se hacen del dinero, lejos están de ser hackers, y solo engañan a alguien más torpe. Esa torpeza puede venir de no informarse, no usar sentido común, o de una confusión fruto de cierto rechazo a las tecnologías y puede quedar para otro post el análisis de que pasa con eso.

El hecho es que Los medios de comunicación convencionales no comunican, no informan o simplemente por falta de información dicen tonteras como esa noticia.

De eso hay que darse cuenta porque hay que conocer del tema Informático e Internet, la cuestión es que si son capaces de tomar una noticia como esa y repetirla, cuantas otras cosas en temas que no se conozcan se estarán informando a otras personas con información incorrecta. Información tan incorrecta como la que se puede encontrar en Internet, por tanto no se le ve lo serio. De hecho cada vez más en pos del sensacionalismo o llenar espacios el contenido de los medios es peor.

Ya reflexionando las expresiones Jorge Oyhenard, la determinación para ello es que los medios convencionales, es decir los medios de comunicación diarios, sean estos de tamaño tabloide, estándar o en cuyo caso sean televisivos o radiales. Ninguno de ellos pública o difunde noticias relacionadas a las comunidades rurales o barrios marginados y sus más urgentes necesidades, su gente, espacio geográfico, costumbres entre otros aspectos, porque no venden, sino hay sangre o noticias

relacionadas al acontecer político, no hay espacios en su páginas o estructuras de información, es la realidad y en ese sentido se orientan los medios convencionales.

Se entiende por medios convencionales todos aquellos surgidos y operados por grandes empresas de comunicación cuyo fin es favorecer los intereses de los grupos en el poder, generando así un acceso desigual a los medios y a la producción de los contenidos de los mismos. De igual forma estos medios tienden a homogenizar a las audiencias manteniendo el status quo y preservando el orden social, económico y político preestablecido por las clases dominantes. Dadas estas características, los medios convencionales tienden a excluir la voz de los distintos grupos sociales, generando grandes desigualdades en cuanto al ejercicio de la libertad de expresión y la ciudadanía, (Chomsky y Herman 2000, Stevenson 1998).

2.3.16.- Aporte cultural de los medios de comunicación

Mercader (2004) enfatiza que no es necesario partir de una visión apocalíptica para valorar los efectos de los medios masivos sobre la cultura contemporánea, sino que basta con ser realista. Nos guste o no los medios inciden más que nunca en la educación de las nuevas generaciones, moldean gustos y tendencias en públicos de todas las edades, construyen la agenda de los temas sobre los que discutimos a diario, y hasta han cambiado las formas de gobernar y hacer política. Lo

que antaño pudo ser una verdad parcial hoy tiene el tono de una verdad lisa y llana: los medios masivos de comunicación se han vuelto más gravitantes en nuestra formación cultural, en la manera de relacionarnos con el mundo y con nuestros semejantes, en los trajines cotidianos del trabajo y la creación, y hasta en la intimidad de la vida hogareña.

Hoy resulta inconcebible un mundo sin televisión, Internet, TV cable, radio, prensa y cine, mientras que un siglo atrás, excepción hecha del público devoto de periódicos y libros, nuestros ancestros podían vivir con mayor prescindencia de los medios masivos. La prensa, es verdad, gozaba de un público creciente, pero era concebible que las grandes mayorías vivieran al margen de su influencia. La comunicación masiva pesaba menos en tanto reinaba la comunicación interpersonal con sus baluartes en las tertulias familiares, el mercado del barrio, los juegos de salón, los clubes sociales y los comités políticos, centros de una relación humana, íntima, entrañable, que hoy evocamos –con nostalgia, tal vez– como parte de un pasado casi totalmente perdido.

No es el hecho de filosofar sobre si aquel estilo de vida era mejor o peor pues lo que importa, a los efectos de esta presentación, es poner de relieve cuanto mayor es hoy el peso de los medios masivos, procurar una evaluación de esa influencia y preguntarnos si esa influencia beneficia o perjudica a la cultura. Se afirma en general que beneficia, al menos en lo que respecta al creciente acceso a los bienes culturales en

esta era de horizontes perceptivos enriquecidos y ampliados gracias a los medios electrónicos, al CD-Rom, Internet, la realidad virtual en suma. Empero, la cantidad, la abundancia, no es siempre sinónimo de calidad, pues como advierte George Steiner, *“los propios medios pueden trivializar aún más tanto el conocimiento como la experiencia, tanto el significado como la forma; la ciber-red puede estar atestada de basura e incitación; puede anestesiar la sensibilidad hasta el punto de la inercia (el teledicto frente a la pantalla del televisor)*

2.3.17.- Análisis de contenidos

Bardin (2002) manifiesta que el análisis de contenido es un conjunto de instrumentos metodológicos cada vez más perfectos y en constante mejora, aplicados a “discursos” (contenidos y continentes) extremadamente diversificados. El factor común de estas técnicas múltiples y multiplicadas –desde el cálculo de frecuencias suministradoras de datos cifrados hasta la extracción de estructuras que se traducen en modelos- es una hermenéutica controlada, basada en la deducción: la inferencia. En tanto que esfuerzo de interpretación, el análisis de contenido se mueve en dos polos: el de rigor de la objetividad y el de la fecundidad de la subjetividad. Disculpa y acredita en el investigador esa atracción por lo oculto, lo latente, lo no-aparente, lo potencial inédito (no dicho), encerrado en todo mensaje. Paciente empresa de “desocultación”, responde a la actitud de “observador” que el analista no osa confesarse y

justifica su preocupación, honesta, de rigor científico, Analizar mensajes por esta doble lectura en la que una segunda lectura sustituye a la lectura “normal” del profano, es hacerse agente doble, detective, espía, de ahí apreciar al instrumento técnico por sí mismo, a adorarlo como a un ídolo capaz de cualquier magia, a hacerle pretexto o coartada protectora de procedimientos vacíos, a transformarlo en gadget inexpugnable de su pedestal, solo hay un paso, el cual parece preferible no dar.

2.3.18.- Desarrollo humano

Sen (1998) expresa que el Desarrollo Humano es un paradigma de desarrollo que va mucho más allá del aumento o la disminución de los ingresos de un país. Comprende la creación de un entorno en el que las personas puedan desarrollar su máximo potencial y llevar adelante una vida productiva y creativa de acuerdo con sus necesidades e intereses. Las personas son la verdadera riqueza de las naciones. Por lo tanto, el desarrollo implica ampliar las oportunidades para que cada persona pueda vivir una vida que valore. El desarrollo es entonces mucho más que el crecimiento económico, que constituye sólo un medio —si bien muy importante— para que cada persona tenga más oportunidades.

Para que existan más oportunidades lo fundamental es desarrollar las capacidades humanas: la diversidad de cosas que las personas pueden hacer o ser en la vida. Las capacidades más esenciales para el desarrollo humano son disfrutar de una vida larga y saludable, haber sido educado,

acceder a los recursos necesarios para lograr un nivel de vida digno y poder participar en la vida de la comunidad. Sin estas capacidades, se limita considerablemente la variedad de opciones disponibles y muchas oportunidades en la vida permanecen inaccesibles.

Aunque este modo de concebir el desarrollo es con frecuencia olvidado en el afán inmediato por acumular bienes y riquezas financieras, no se trata de algo nuevo. Los filósofos, economistas y líderes políticos destacan desde hace tiempo que el objetivo, la finalidad, del desarrollo es el bienestar humano. Como dijo Aristóteles en la Grecia Antigua: "La riqueza no es, desde luego, el bien que buscamos, pues no es más que un instrumento para conseguir algún otro fin".

La búsqueda de ese otro fin es el punto de encuentro entre el desarrollo humano y los derechos humanos. El objetivo es la libertad del ser humano. Una libertad que es fundamental para desarrollar las capacidades y ejercer los derechos. Las personas deben ser libres para hacer uso de sus alternativas y participar en la toma de decisiones que afectan sus vidas. El desarrollo humano y los derechos humanos se reafirman mutuamente y ayudan a garantizar el bienestar y la dignidad de todas las personas, forjar el respeto propio y el respeto por los demás.

La ONU (2012), a través del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), desarrollo humano es aquel que sitúa a las personas en el centro del desarrollo, trata de la promoción del desarrollo potencial

de las personas, del aumento de sus posibilidades y del disfrute de la libertad para vivir la vida que valoran.

El desarrollo humano es el proceso por el que una sociedad mejora las condiciones de vida de sus ciudadanos a través de un incremento de los bienes con los que puede cubrir sus necesidades básicas y complementarias, y de la creación de un entorno en el que se respeten los derechos humanos de todos ellos.

Dicho informe establece una clasificación de 175 países según el índice de desarrollo humano, que reúne los datos sobre ingresos económicos, educación y salud. La publicación más importante sobre desarrollo humano es el Informe Anual Mundial sobre el Desarrollo Humano del PNUD.

Es importante porque el Desarrollo Humano es una forma de medir la calidad de vida del ser humano en el medio en que se desenvuelve y una variable fundamental para la calificación de un país o región.

2.3.19.- Desarrollo social

Dubois (2010) manifiesta que el desarrollo es un concepto histórico, lo que quiere decir que no tiene una definición única, sino que éste ha evolucionado de acuerdo al pensamiento y los valores dominantes de la sociedad.

El concepto de desarrollo se relaciona con la idea de futuro que cada sociedad se propone como meta para el colectivo humano. El desarrollo hay que entenderlo como una categoría futuro.

Cuando establecemos las prioridades de lo que entendemos por desarrollo, en última instancia, no estamos sino afirmando cuál es nuestra visión de lo que queremos en el futuro. El cambio más significativo en el concepto de desarrollo se debe a las propuestas del desarrollo humano. En el marco de las Naciones Unidas, el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) lanzó a finales de los años ochenta el enfoque del desarrollo humano. Aunque no se puede decir que el PNUD fue el inventor del desarrollo humano, no deja de ser menos cierto que sus informes anuales han servido de plataforma de divulgación y han conseguido convertirlo en un referente obligado del debate actual sobre el desarrollo.

Artaraz (2002) expresa que el término desarrollo sostenible aparece por primera vez de forma oficial en 1987 en el Informe Brundtland (Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo, 1987) sobre el futuro del planeta y la relación entre medio ambiente y desarrollo, y se entiende como tal aquel que satisface las necesidades presentes sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. Actualmente existen múltiples interpretaciones del concepto de desarrollo sostenible y coinciden en que, para lograrlo, las

medidas a considerar deberán ser económicamente viables, respetar el medio ambiente y ser socialmente equitativas. A pesar de este reconocimiento de la necesidad de una interpretación integrada de estas tres dimensiones, en la práctica es necesario un cambio sustancial del enfoque de las políticas y programas en vigor.

Castell (2007) enfatiza preguntando ¿qué es lo que entendemos por desarrollo? ¿Es el desarrollo un concepto homogéneo? ¿Deben seguir todas las sociedades el mismo patrón de desarrollo? Este artículo pretende desafiar el concepto tradicional del desarrollo y reforzar la idea de que el desarrollo depende de las prioridades particulares de cada sociedad, sean materiales o no, donde la satisfacción de las Necesidades Básicas Humanas y la eliminación de la pobreza extrema es el punto fundamental de partida.

Hoy en día defendemos reitera Castell, el hecho de que cada persona, sin importar donde resida y sin discriminación alguna, ha de poder satisfacer unas necesidades básicas humanas (acceso a agua potable, alimentación, vivienda, educación y servicios de salud) pero aún no sabemos cómo conseguirlo para toda los hombres y mujeres del planeta. ¿Cómo ha de garantizar cada sociedad la satisfacción de dichas necesidades de cada uno de sus integrantes? Hablamos constantemente de industrialización, crecimiento y desarrollo. Pero ¿hay un mismo camino fijo a seguir que permita la satisfacción de las necesidades básicas

humanas para toda la población mundial? ¿Tenemos claro y estamos de acuerdo en lo que realmente significa desarrollo? ¿Podemos juzgar el grado de desarrollo de cada sociedad usando las mismas herramientas de medida?

2.4.- Fundamento legal

En Ecuador se encuentra vigente la Ley de Ejercicio Profesional del Periodista promulgada en septiembre de 1975, y la Ley de Radiodifusión y Televisión expedida en abril de 1975, un Código de Ética del Periodista Profesional vigente desde 1980 y el Decreto Presidencial de noviembre de 1966, garantizando el ejercicio profesional de los graduados en Escuelas Universitarias de Ciencias de la Información. Desde 1966 hasta 1981 se dictaron decretos, reglamentos y acuerdos ministeriales, en número de 12, aparte de las varias Constituciones Políticas en vigor, el Código Penal y la Ley de Seguridad Nacional que fueron todos ellos la normativa complementaria que ha venido regulando la labor de los comunicadores sociales y de los medios de comunicación colectiva hasta estos días (Bejarano; 2009).

2.4.1.- Ley vigente en Ecuador

La ley de comunicación vigente data de 1975, fue expedida en una dictadura militar, y debe ser actualizada en función de varias exigencia, entre ellas la evolución tecnológica pero sobre todo en razón del espíritu

de derechos sobre el cual se construyó la constitución de Ecuador de 2008.

Antes y hasta ahora la ley de comunicación vigente protege la propiedad privada. El proyecto de ley protege los derechos fundamentales y no los derechos patrimoniales.

Los derechos fundamentales nos corresponden a todos. Los derechos patrimoniales les corresponden a algunas personas.

Antes existían monopolios y oligopolios conformados por empresas de medios. Existía la sumatoria de bancas y medios. Algunas frecuencias de medios fueron otorgadas sin criterios técnicos. Ahora se propone una desconcentración de los medios así como la desconcentración de la propiedad de medios, pluralismo en la asignación de espacios, y considerar los derechos fundamentales.

La nueva ley de comunicación trae expectantes innovaciones legales y jurídicas para los medios comunitarios que servirán para su análisis luego de la aprobación y promulgación por parte del gobierno.

2.5.- Hipótesis

La comunicación aplicada como estrategia de desarrollo social y comunitario, basada en contenidos de identidad y cultura; permitirá contribuir significativamente en el área educativa, en beneficio de la comunidad urbana de Manta y rural de Calderón.

Variable independiente:

La comunicación como estrategia de desarrollo social y comunitario.

Variable dependiente:

Contribuir significativamente en el área educativa de las comunidades urbanas y rurales.

CAPÍTULO III

3.- METODOLOGÍA

Se concibe por metodología al conjunto de métodos y técnicas utilizados en una investigación, ello como parte de la recolección y procesamiento de datos y ordenamiento de cada una de las acciones que formaron parte del trabajo de campo; en ella se encuentran los métodos, tipo de investigación, población, instrumentos de recolección de información, entre otros.

3.1.- Tipo de investigación

Investigación social.- Por cuanto se diagnosticó de qué manera incide la comunicación como herramienta de desarrollo social a través de los contenidos de los periódicos comunitarios Abdón Calderón y El Vocal, en relación con los medios convencionales de Manabí,

Investigación descriptiva.- Porque permitió conocer las ventajas de la comunicación como herramienta de desarrollo social. Análisis comparativo de contenidos de los periódicos comunitarios Abdón Calderón y El Vocal, en relación con los medios convencionales de Manabí, año 2014.

Métodos

Método inductivo: Por cuanto se realizó un estudio de tipo particular para diagnosticar la comunicación como herramienta de desarrollo social en la comunidad rural de Abdón Calderón de Portoviejo y urbana en Jaramijó.

Se generalizó el estudio a través de las operaciones del **método dialéctico**, para estudiar los géneros periodísticos que se emplean en la prensa alternativa.

Método Estadístico: Ayudó en la tabulación de los datos, la graficación e interpretación y análisis de resultados.

Método sintético: Sirvió de base para obtener conclusiones y recomendaciones, basado en la investigación de campo.

3.2.- Población y Muestra

El presente trabajo de investigación se realizó en la parroquia Abdón Calderón de Portoviejo, que tiene una población aproximada de 14.164.000 habitantes, de acuerdo al censo del INEC (2010); se tomó de muestra a 77 habitantes, 45 comerciantes; 80 estudiantes de los colegios de la parroquia; y a 50 profesores de escuelas y colegios de la parroquia Abdón Calderón. Así como Jaramijó que también tiene una población aproximada a los 20. 000 habitantes, de acuerdo al censo del INEC; y se

tomó como muestra a los habitantes del Barrio Villamarina, lugar donde se encuestó a 24 personas, del sector perteneciente a Jaramijó.

Lo óptimo de una muestra depende de cuánto se aproxima su distribución a la distribución de las características de la población.

La distribución de muestra de 100 o más elementos tiende a ser normal y esto sirve para el propósito de hacer estadística inferencial (generalizar de la muestra al universo). A ello se le llama TEOREMA DEL LÍMITE CENTRAL (distribución normal).

3.3.- Técnicas e Instrumentos

Varias fueron las técnicas aplicadas que sirvieron de base para la recolección de información y datos, entre ellas:

3.3.1.- Técnica de la encuesta.- Basada en un cuestionario que fue el instrumento en donde se formularon preguntas en relación a los objetivos propuestos para la investigación; misma que fue aplicada a los habitantes de las comunidades que sirvieron de escenario de estudio, como son Villamarina de Jaramijó y Abdón Calderón de Portoviejo. En ella participaron como unidad de información; profesores, estudiantes y comerciantes.

3.3.2.- Técnica de la entrevista.- Dicha técnica se aplicó a miembros del GAD parroquial de Abdón Calderón y a directivos de centros educativos, y del área de la salud.

3.3.3.- Técnica de observación.- Según Postic M. (1998) la observación es un procedimiento de recolección de datos e información que consiste en utilizar los sentidos para observar hechos y realidades sociales presentes y a la gente donde desarrolla normalmente sus actividades. Basado en dicho aporte, la técnica de observación permitió constatar en qué medida las personas, en las comunidades de estudio, acceden a los periódicos comunitarios que fueron El Vocal de Villamarina de Jaramijó y Abdón Calderón de la ciudad de Portoviejo; y, lógicamente ello dio la pauta para contrastar el manejo de contenidos en relación a los medios convencionales.

TEMA: La comunicación como herramienta de desarrollo social. Análisis comparativo de contenidos de los periódicos comunitarios Abdón Calderón y el vocal con los medios convencionales de Manabí, año 2014.

SUBTEMA: Interés de la comunidad frente a la lectura de los contenidos de los periódicos comunitarios, en estudio.

LUGARES: Mercado, parque central, desfiles, calles y avenidas de la parroquia Calderón.

FUENTE: Lic. Xavier Cedeño Guadamud

FECHA: Diciembre 11 de del 2014.

CONCLUSIÓN: Según la observación realizada, los habitantes de las comunidades de Villamarina de Jaramijó, y de la parroquia Abdón

Calderón de Portoviejo; leen en los periódicos de manera íntegra temas que sin lugar a dudas se convierten en un aporte para los habitantes que en gran parte de sus contenidos aparecen sitios turísticos y personas opinando sobre un determinado tema que compete a los lugares donde viven, así como la presentación de reinas, eventos deportivos y sociales, a más de ello hacen referencia a temas de tipo cultural. Lo que se convierte en un aporte significativo a través de la difusión de medios comunitarios que han servido de base para la presente investigación.

Por lo tanto los periódicos tienen aceptación en la comunidad lo que conlleva a fortalecer la orientación cultural, social, económica y educativa a través de contenidos en pos de fortalecer el buen vivir de sus habitantes.

3.4.- Operacionalización de Variables

VARIABLE INDEPENDIENTE: La comunicación como estrategia de desarrollo social y comunitario.

CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICA
La comunicación es un medio de conexión o de unión que tienen las personas para transmitir o intercambiar mensajes. Es decir, que cada vez que nos comunicamos con nuestros	Contenidos, Redacción, Promoción, Cultura, Valores.	Géneros periodísticos, Publicidad, Estilos, Ortografía, Difusión, Historia, Identidad, Moral, Ética.	¿Cuáles son los contenidos que se utilizan en el periódico comunitario? ¿Cuáles son los géneros periodísticos que se aplican en la redacción informativa? ¿Cuál es el	Cuestionario estructurado para aplicar encuestas y entrevistas a las autoridades y especialistas en periódicos comunitarios. Análisis documental.

familiares, amigos, compañeros de trabajo, socios, clientes, etc., lo que hacemos es establecer una conexión con ellos con el fin de dar, recibir o intercambiar ideas, información o algún significado.			nivel moral y ético de los periodistas?	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	-----------------------------------------	--

La aplicación de la comunicación como herramienta de desarrollo social y comunitario, basada en la estructura y difusión de mensajes con contenido comunitario de tipo cultural y social; permite contribuir significativamente en la educación y orientación de las comunidades urbanas y rurales.

VARIABLE DEPENDIENTE: La educación a las comunidades.

CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICA
La educación y orientación de las comunidades urbanas y rurales. – Es una manera de brindar educación a las comunidades mediante la difusión de la cultura, arte, política, deportes, sociales, y hechos. Y sensibilizar a la comunidad sobre estos	Educación Orientación Información Sensibilización.	Cultura, Deportes, política, Social, Hechos, comunidad, personas. Sociedad.	¿Cuáles son las características de los periódicos comunitarios? ¿De qué manera se fortalece la educación y orientación de las comunidades? ¿Son los periódicos comunitarios una alternativa de educación y orientación	Cuestionario estructurado para aplicar encuestas y entrevistas a las autoridades y especialistas en periódico comunitario. Análisis documental.

aspectos y su importancia en la vida diaria.			para la población?	
----------------------------------------------	--	--	--------------------	--

3.5.- Recolección y tabulación de la información

Los instrumentos que se utilizaron para la recolección de información, son cuestionarios estructurados, para las encuestas y entrevistas y el análisis documental.

Los datos recogidos fueron revisados minuciosamente para su respectiva tabulación, se tradujeron las frecuencias a porcentajes, se elaboraron los cuadros estadísticos y su respectiva representación gráfica, además del análisis y la interpretación se estableció una relación con el marco teórico, los objetivos para la redacción de las conclusiones y recomendaciones.

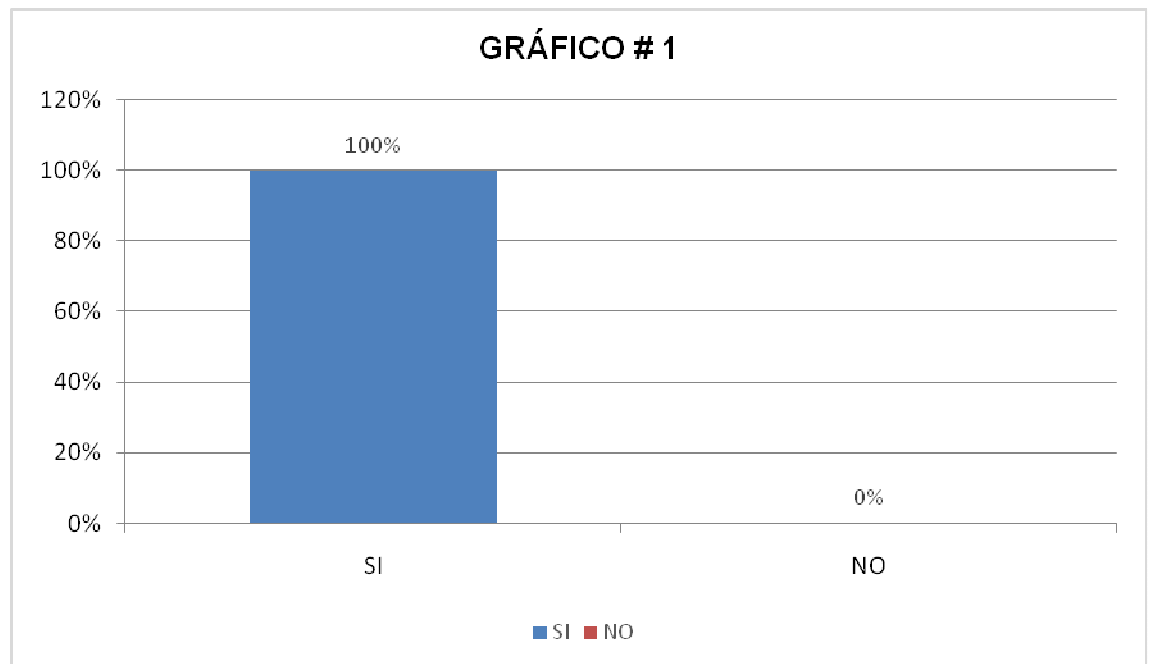
CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1.- ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DEL BARRIO VILLAMARINA DEL CANTÓN JARAMIJO

1. ¿Considera usted que la comunicación es una herramienta de desarrollo social, en su comunidad?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	24	100,00%
NO	0	0,00%
TOTAL	24	100,00%



Fuente: Habitantes de barrio Villamarina de Jaramijó.

Elaboración: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud.

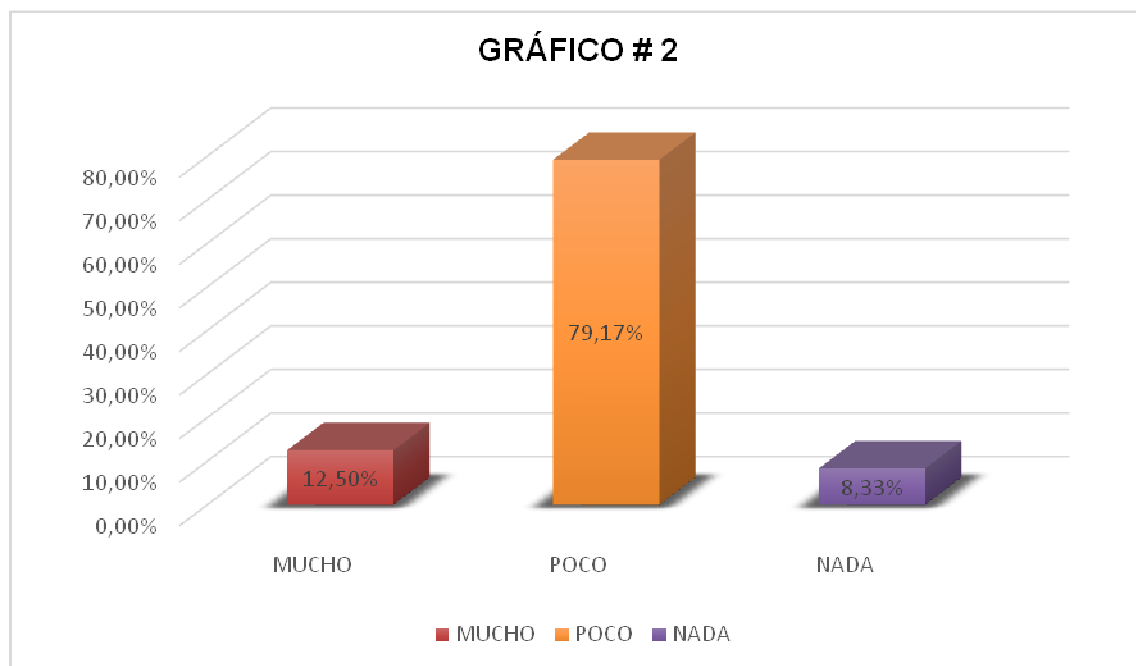
ANÁLISIS E INTEPRETACIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos en el cuadro # 1, un 100% de los encuestados respondieron positivamente sí, que la comunicación se constituye en una herramienta de desarrollo social en su comunidad donde viven. La respuesta dada por los habitantes de Villamarina deduce la importancia de la comunicación como un proceso interactivo entre los seres humanos.

La expresión que manifiestan los habitantes del Barrio Villamarina de Jaramijó, concuerda con el criterio que emiten Lamb, Hair y McDaniel, en el sentido que la comunicación es el proceso por el cual se intercambia o comparte una serie de significados mediante un conjunto común de símbolos, este proceso interactivo o conexo permite que los seres humanos puedan comunicarse entre uno y otro codificando la forma de pensar y actuar a través de un sistema de escritura y lenguaje a la vez.

2. ¿De acuerdo a su criterio usted identifica contenidos de tipo cultural y social que aparecen en los medios convencionales de Manabí?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUCHO	3	12,50%
POCO	19	79,17%
NADA	2	8,33%
TOTAL	24	100,00%



Fuente: Habitantes de barrio Villamarina de Jaramijó

Elaboración: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

ANÁLISIS E INTEPRETACIÓN

En el cuadro número dos, un 79, 17% de los encuestados Poco identifica los contenidos de tipo cultural y social que aparecen en los medios convencionales de Manabí, en cambio un 12,50% dice Mucho, y un 8, 33% expresa Nada.

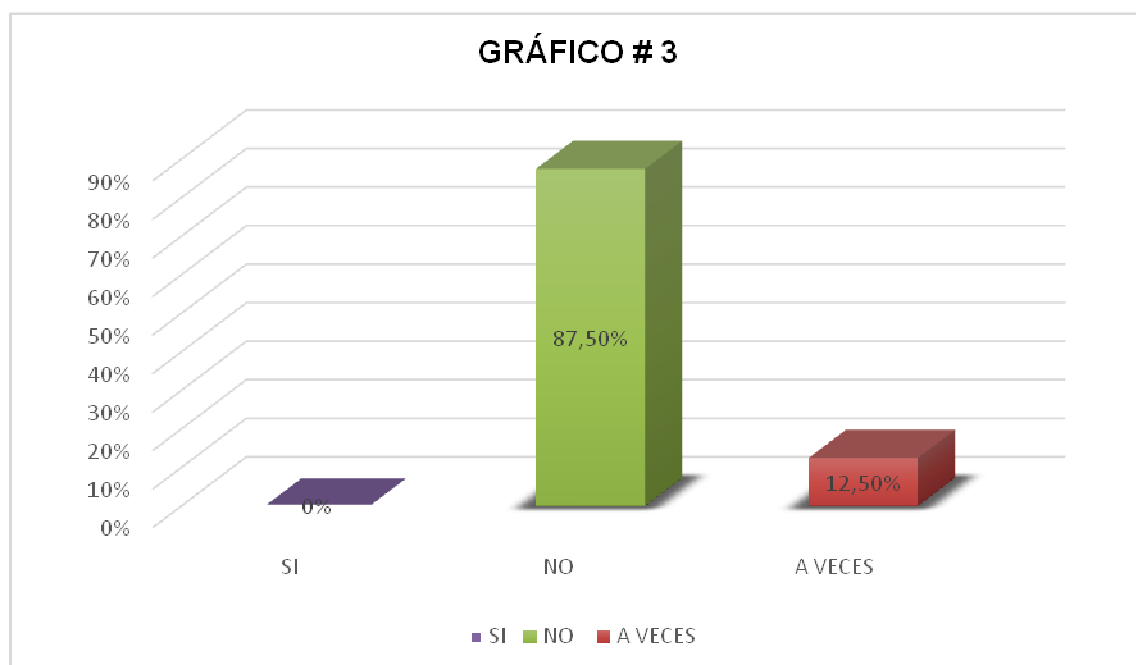
Los resultados dados por los encuestados marcan una diferencia puesto que se reflexiona que una mayoría poco lee, en cambio una minoría analiza que identifica e interpreta los contenidos culturales y sociales que aparecen en los medios convencionales de la provincia.

En esta pregunta se acrecienta una diferencia tanto en Villamarina como Calderón. El 12,50 de los encuestados consideraron mucho y en Calderón un 59,95%; en cambio el poco en Villamarina obtuvo un 79,17% en tanto que Calderón un 48,05%.

Este resultado impacta, considerando que muchas personas poco leen, lo que ha permitido que en centros educativos de todo nivel se observen fallas, de planificación curricular puesto que no hay materias que incentiven la lectura, mecanismo que permite ayudar en aprendizaje en los estudiantes y consecuentemente aquello se refleja en las personas de todo nivel social, otro aspecto a considerar es la influencia de equipos de última generación técnica que no permite involucrar a las personas en los procesos de lectura.

3. ¿Cree usted que los contenidos de los periódicos comunitarios Abdón Calderón y El vocal aportan a la educación y orientación de la comunidad?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0,00%
NO	21	87,50%
A VECES	3	12,50%
TOTAL	24	100,00%



Fuente: Habitantes de barrio Villamarina de Jaramijó

Elaboración: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

ANÁLISIS E INTEPRETACIÓN

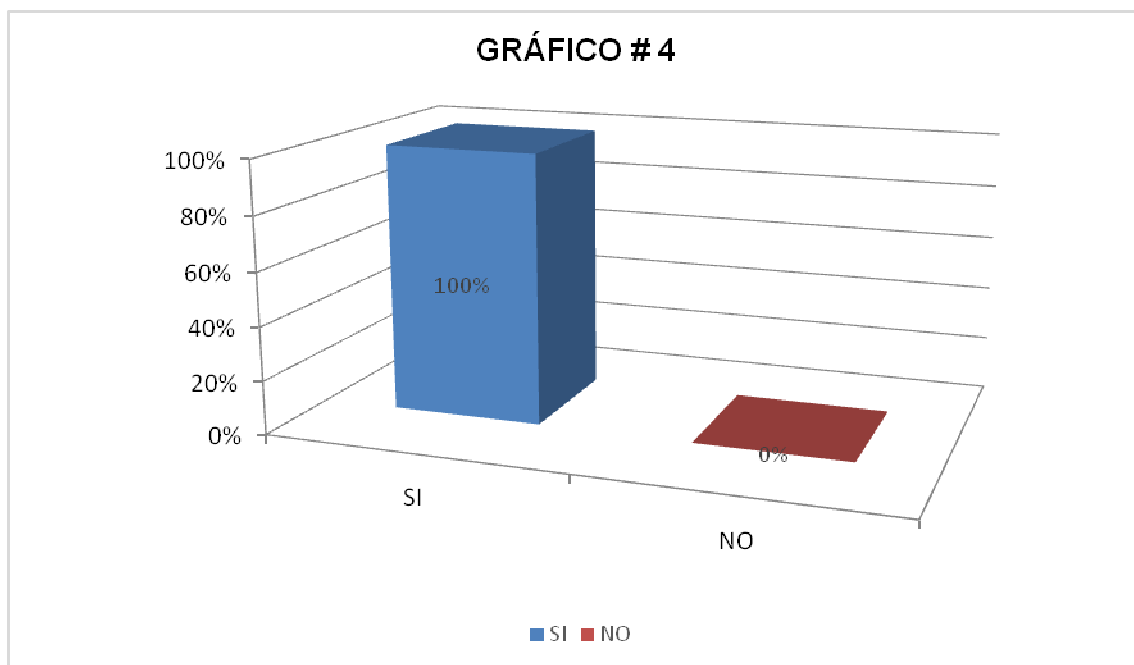
En la pregunta # 3, al consultar de manera global tanto para los habitantes del barrio Villamarina como de Abdón Calderón pero por separado, en el caso de los primeros, los encuestados indican que los contenidos de los periódicos comunitarios El Vocal y Abdón Calderón No aportan a la educación y orientación de la comunidad, en el caso de El Vocal el Sí tiene un 0%, el No un 87,50% y A veces el 12,50%.

Este resultado demuestra diferencias en cuanto apreciar la influencia del medio comunitario donde se desenvuelve puesto que en Calderón el 76,62%. Expresa que Sí, mientras el No tiene un 1,30% por su parte el a veces tiene un 22,08%.

Tal vez este resultado podría ser un tanto aparente o falso dado que todo medio de comunicación incide o contribuye en la educación con sus contenidos y publicación de crónicas periodísticas, en todo caso se conexas su sentido editorial con lo que expone Antonio Mercader cuando señala que guste o no los medios inciden en la educación de las nuevas generaciones, moldean gustos y tendencias en públicos de todas las edades, construyendo agendas de temas que se discuten y analizan diariamente.

4. ¿En su opinión considera que hay que diseñar una estrategia de comunicación para posicionar a los periódicos en la comunidad urbana y rural?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	24	100,00%
NO	0	0,00%
TOTAL	24	100,00%



Fuente: Habitantes de barrio Villamarina de Jaramijó

Elaboración: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

ANÁLISIS E INTEPRETACIÓN

El 100% de los encuestados considera que Si hay que diseñar una estrategia de comunicación para posicionar a los periódicos en la comunidad urbana y rural, un 0% expresa No.

La interpretación a este resultado indica que los medios comunitarios tanto urbanos como rurales deben someterse a una reingeniería comunicacional y estratégica, con la finalidad de llegar de una mejor manera tanto en sus contenidos, como diseño de presentación a los habitantes y público lector.

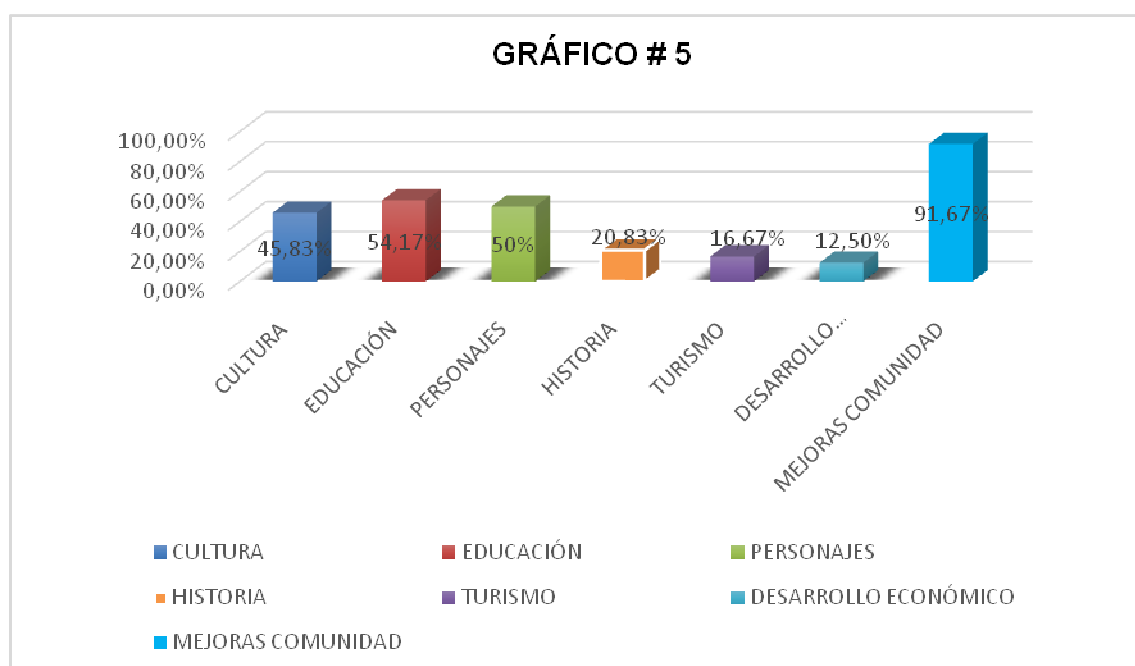
Se manifiesta que la actual presentación externa e interna de los medios comunitarios no satisfacen moralmente a los lectores, aquello se simplifica en que hay que aplicar nuevas estrategias o técnicas periodísticas que permitan transformar la identidad del medio en nuevos íconos comunicativos que gocen de aceptación en la comunidad donde se desenvuelven.

Es decir que en la actualidad a las personas no les atrae la lectura, lo contrario se pide que haya más fotografías, imágenes, colores, infografía y poco texto, esa forma de pensar es común en la opinión ciudadana, incluso en medios de comunicación como diario El Universo de Guayaquil, muchos otros medios se encuentran insertos ya en esa onda como Diario Extra, esto en base a investigaciones de mercado para saber

la calidad del producto y nivel de aceptación en la comunidad donde se desarrollan.

5. ¿Desde su punto de vista, señale cuáles son las crónicas que publica el periódico El Vocal en la comunidad de Villamarina de Jaramijó?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CULTURA	11	45,83%
EDUCACION	13	54,17%
PERSONAJES	12	50,00%
HISTORIA	5	20,83%
TURISMO	4	16,67%
DESARROLLO ECONOMICO	3	12,50%
MEJORAS COMUNIDAD	22	91,67%



Fuente: Habitantes de barrio Villamarina de Jaramijó

Elaboración: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

ANÁLISIS E INTEPRETACIÓN

Las crónicas que publica el periódico El Vocal en la comunidad de Villamarina de Jaramijó, de acuerdo a los encuestados se ubican con un 45,83% cultura; el 54,17% educación; el 50% personajes; un 20,83% historia; el 16,17% turismo; un 12,50% desarrollo económico; y el 91,67% mejoras en la comunidad. Los resultados expresan que los habitantes conocen las crónicas que publica este medio comunitario.

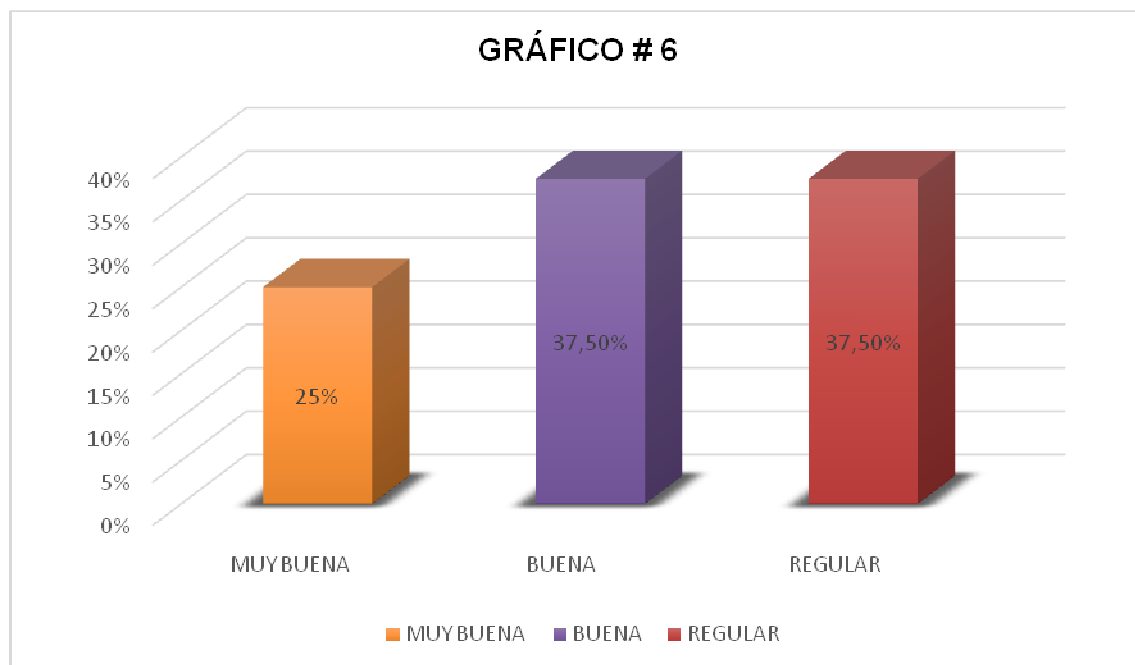
En esta pregunta los resultados que mayor porcentaje obtuvieron fueron Mejoras a la comunidad, cultura, educación y personajes, en cambio turismo y desarrollo económico con bajos porcentajes. Las derivaciones obtenidas concuerdan también con las del periódico Abdón Calderón en cuyo contexto los habitantes también saben que tipo de crónicas y notas periodísticas se publican.

Los temas enumerados han sido los argumentos y contenidos que más gustan a la comunidad de Villamarina, puesto que a criterio de sus editores forma parte de su plataforma editorial con el cual se identifica con la comunidad donde se desenvuelven.

Una buena parte de los contenidos en el medio están determinados a personajes, mejoras de la comunidad, historia, cultura, educación, desarrollo económico y turismo del barrio y la ciudad que han sido contadas, narradas y aplicadas en las diferentes crónicas y notas periodísticas publicadas.

6. ¿Cuál es la situación actual de la prensa comunitaria en la comunidad de Villamarina, respecto al desarrollo social?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY BUENA	6	25,00%
BUENA	9	37,50%
REGULAR	9	37,50%
TOTAL	24	100,00%



Fuente: Habitantes de barrio Villamarina de Jaramijó

Elaboración: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

ANÁLISIS E INTEPRETACIÓN

Al consultar a los habitantes de Villamarina cuál es la situación actual de la prensa comunitaria en la comunidad respecto al desarrollo social, respondieron con un 25% muy buena; el 37,50% buena; y finalmente el 37,50% expresó regular.

Los criterios dados por los moradores de esta comunidad deducen que la influencia o la responsabilidad social del periódico El Vocal son en término medio, es decir entre buena y regular.

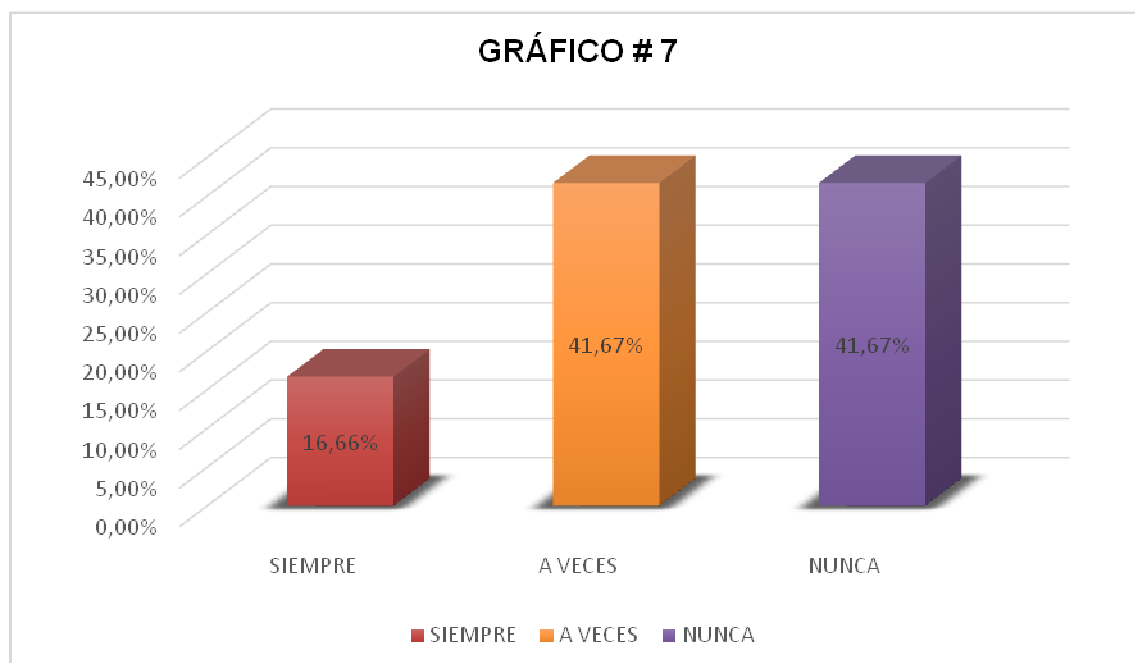
A criterio de los encuestados no hay mayores expectativas en la comunidad respecto al desarrollo social.

En este sentido se comparte con lo que expresa Berrigan cuando cita que la idoneidad de los medios comunitarios dependerá de que se entienda cabalmente lo que significa desarrollo, en este caso ha faltado una mayor conciencia periodística para interactuar o concienciar a la comunidad lo que representa la proyección del desarrollo en su zona de influencia.

También en Calderón tiene otra connotación puesto que el periódico tiene una vigencia de quince años de publicación semestral y anual; el resultado de su responsabilidad social es positivo.

7. ¿Cree usted que las autoridades respectivas, brindan apoyo para la publicación permanente de estos medios que contribuyen en educar, orientar e informar sobre los hechos y vida de la comunidad?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	4	16,66%
A VECES	10	41,67%
NUNCA	10	41,67%
TOTAL	24	100,00%



Fuente: Habitantes de barrio Villamarina de Jaramijó

Elaboración: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

ANÁLISIS E INTEPRETACIÓN

Ante la pregunta dada a los habitantes de Villamarina, si creen que las autoridades respectivas, brindan apoyo para la publicación permanente de estos medios que contribuyen a educar, orientar, e informar sobre los hechos y vida de la comunidad, los encuestados expresaron un 16,66% Siempre; un 41,67% a veces; mientras el 41,67% expresó Nunca.

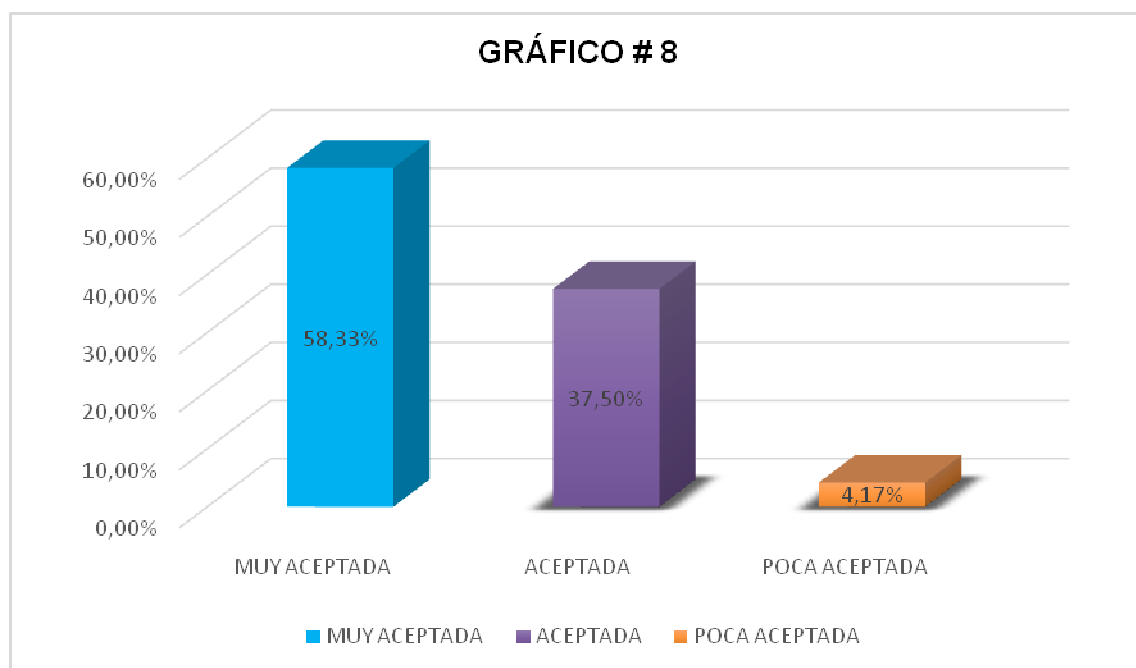
La respuesta indica que existe un término medio respecto a creer que las autoridades brinden apoyo a la publicación permanente de estos medios.

En la práctica las autoridades seccionales no les interesan en mayor medida proporcionar ayuda en la subsistencia permanente de los medios comunitarios, aquello es el ejemplo claro para hacer conocer que la publicación de soporte se basa en la benevolencia de amigos y de comercios pequeños que ven la posibilidad de ampliar sus comercios y clientela local, pero de parte de las autoridades no es continua, más bien de cuentagotas que no alcanza para solventar gastos de estructuración, diagramación e impresión final.

La tarea informativa en educar, orientar, e informar sobre los hechos y vida de la comunidad en un periódico comunitario es una acción de las pocas personas interesadas en cumplir con este precepto, aún arriesgando la vida, porque en comunidades y pueblos también se siente las mismas experiencias, retroalimentaciones y sensaciones que le ocurre a un periodista de las grandes ciudades.

8. ¿Piensa usted que la actitud de los lectores de su comunidad frente a la prensa comunitaria es?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY ACEPTADA	14	58,33%
ACEPTADA	9	37,50%
POCO ACEPTADA	1	4,17%
TOTAL	24	100,00%



Fuente: Habitantes de barrio Villamarina de Jaramijó

Elaboración: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

ANÁLISIS E INTEPRETACIÓN

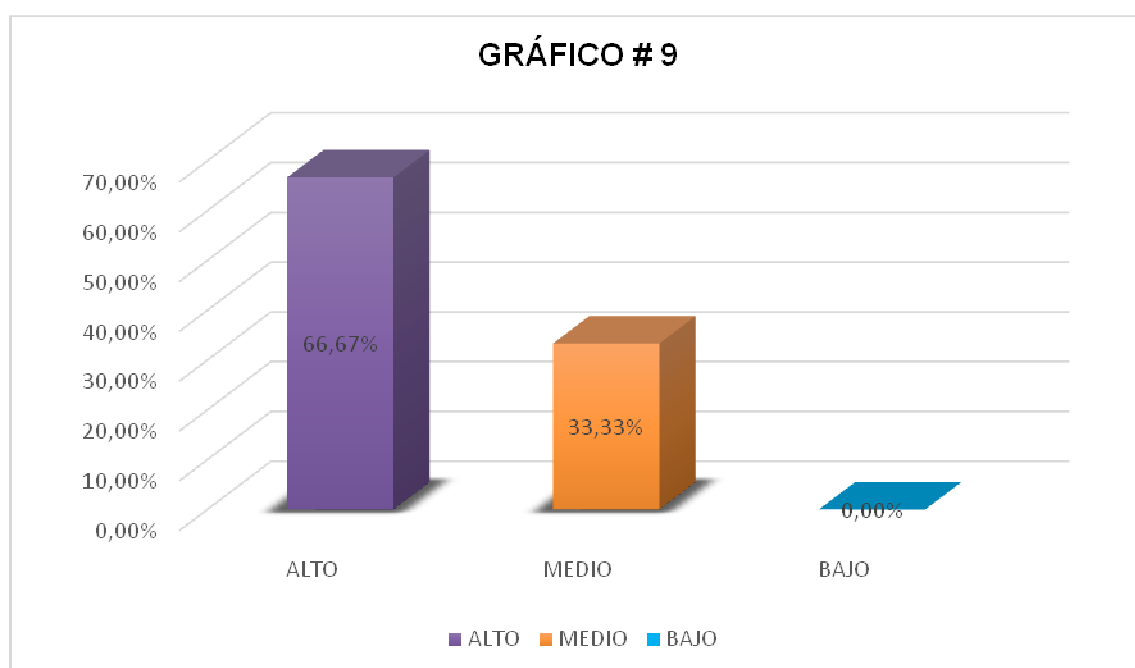
Los encuestados respondieron ante la pregunta de que la actitud de los lectores de su comunidad frente a la prensa comunitaria es: un 58,33% de muy aceptada; un 37,50% de aceptada; y finalmente el 4,17% poca aceptada.

Los resultados expresan que los lectores mantienen un nivel de aceptación y beneplácito respecto a la publicación y contenido de los medios comunitarios que se editan en favor de la comunidad que los acoge.

Los lectores de los periódicos comunitarios es un grupo mayoritario pero también elitista aunque sus noticias solo sean de la comunidad, otros solo observarán fotos y la lectura, con contenido que les interese, igual situación viven los periódicos convencionales en las grandes ciudades, Felipe Pena de Oliveira expresó. A fin de cuentas un periódico lo leen centenares de sociedades e individuos asociados. Es decir que el proceso de lectura para los medios es general, todas las personas pueden hacerlo, cualquiera sea su condición social y estilo del mismo.

9. ¿De acuerdo a su criterio los contenidos de los medios comunitarios, en qué nivel aportan al desarrollo social de la comunidad Villamarina?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTO	16	66,67%
MEDIO	8	33,33%
BAJO	0	0,00%
TOTAL	24	100,00%



Fuente: Habitantes de barrio Villamarina de Jaramijó

Elaboración: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los contenidos de los medios comunitarios, en qué nivel aportan al desarrollo social de la comunidad Villamarina, fue la interrogante, los encuestados a través de un 66,67% expresaron alto; un 33,33% Medio y finalmente el 0% Bajo.

Estos porcentajes señalan que existe un paralelismo de contribución y participación del medio comunitario al desarrollo social para Villamarina, sector de la ciudad de Jaramijó.

A propósito de la pregunta es interesante recalcar en primera instancia lo que expresa Charilin Romero y Ana Cáceres, cuando dicen que el medio comunitario es una herramienta de difusión que surge dentro, desde y para la comunidad, generando un impacto político-educativo, social, cultural y económico en un espacio delimitado, donde los diversos actores tienen en común la solución de debilidades y el fortalecimiento colectivo, por encima de los intereses particulares, cabe la cita tomando en cuenta el resultado que es positivo y se convierte a la vez en una fortaleza editorial para el periódico El Vocal.

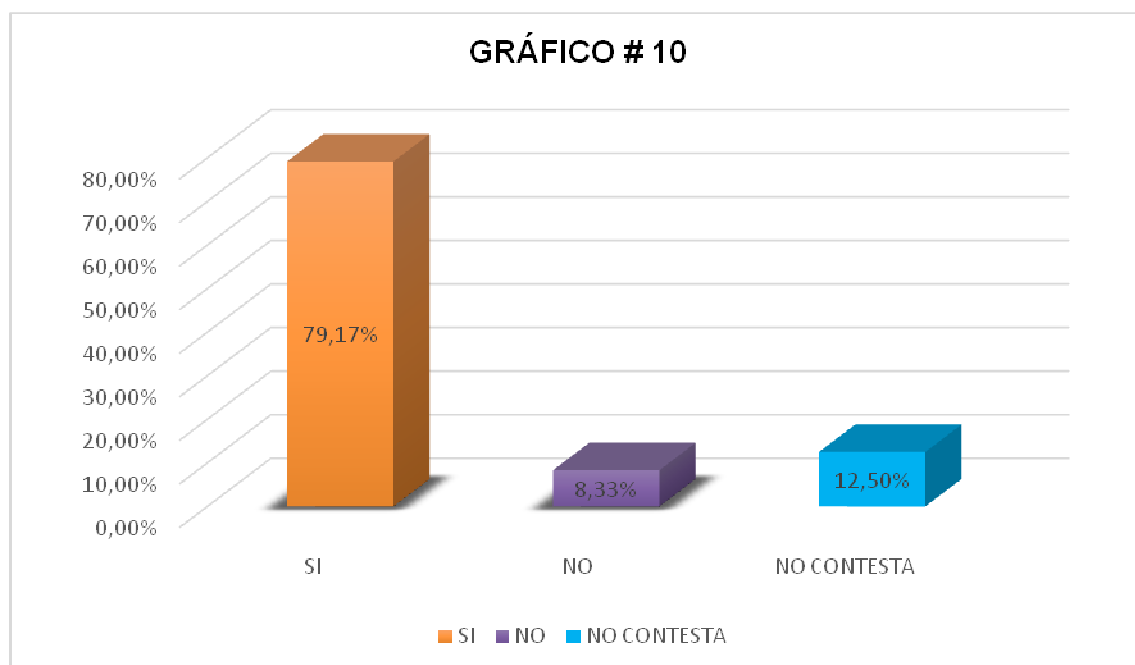
También se toma en cuenta las expresiones de José Ignacio Domínguez, cuando manifiesta que no tiene mucho sentido discutir acerca de cuáles de estos contenidos son más o menos deseables, ni discutir acerca de si los medios tienen o no una responsabilidad social al respecto, si antes no

queda claro que un medio de comunicación, merced a su contenido editorial, debe ser capaz de generar una audiencia.

Finalmente se toma en consideración la cita que promueve el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social, al señalar que el periodista o comunicador, al hacer uso de información, de crítica, de investigación, de denuncia responsable, de ética periodística, de transparencia y de opinión pluralista, ofrece a los ciudadanos un servicio de utilidad pública sin precedentes, orientado a un fortalecimiento de la democracia y de la construcción de una sociedad más consciente de sus derechos y obligaciones.

10. ¿Está de acuerdo con el estilo periodístico que aplica el periódico El Vocal, como medio patrimonial de comunicación?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	19	79,19%
NO	2	8,33%
NO CONTESTA	3	12,50%
TOTAL	24	100,00%



Fuente: Habitantes de barrio Villamarina de Jaramijó

Elaboración: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Al consultar a los miembros de esta comunidad de Jaramijó si están de acuerdo con el estilo periodístico que aplica el periódico El Vocal, como medio patrimonial de comunicación. Los encuestados respondieron un 79,17% que Sí; un 8,33% dijo que No; y finalmente un 12,50% No contestó.

Los resultados demuestran que la mayoría está de acuerdo con la participación y política editorial de El Vocal en beneficio de la estructura social y humana de Villamarina.

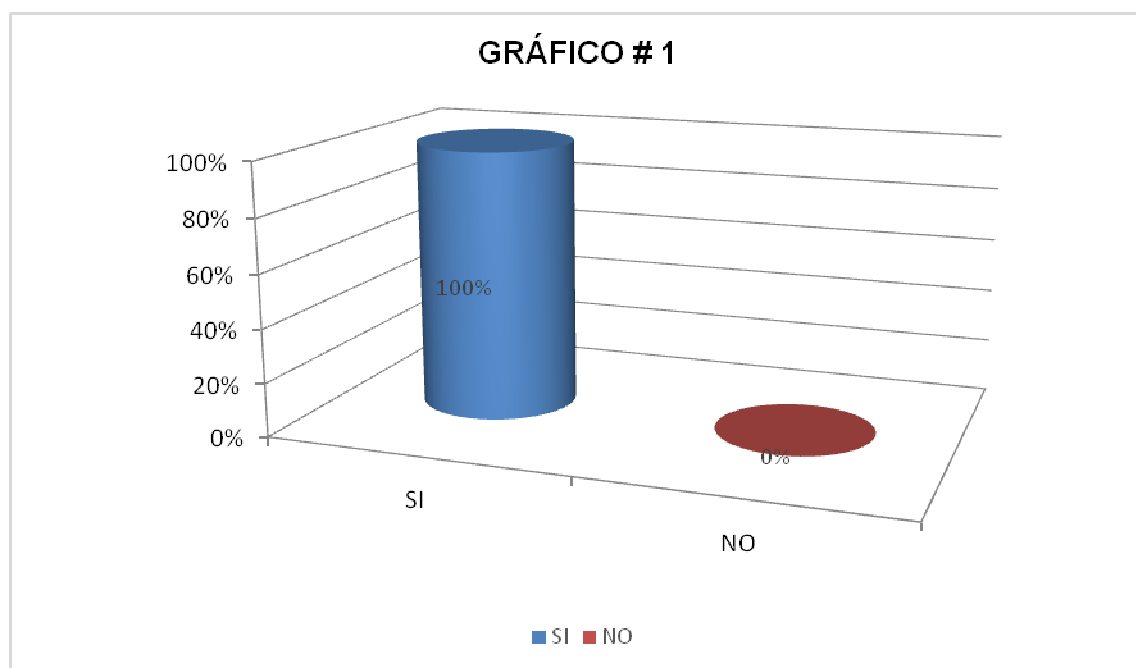
De igual manera se reflexiona que los resultados obtenidos en la respuesta son positivos, así como el periódico Abdón Calderón. Sus habitantes están de acuerdo con el estilo que se aplica como un medio de comunicación comunitario patrimonial del barrio Villamarina de Jaramijó, el mismo que tiene una periodicidad mensual y es distribuido gratuitamente, para sus habitantes es un símbolo de pertenencia.

Para reflexionar y entrelazar los términos periódico comunitario con comunidad el profesor Muniz Sodré especifica que utiliza el concepto vínculo, la verdadera comunicación solo ocurre en la comunidad. Es decir que existe una verdadera integración, son coexistentes entre sus componentes, unidos. El flujo de la comunicación es óptimo y positivo.

4.2.- ENCUESTAS REALIZADAS A LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA RURAL DE ABDÓN CALDERÓN DEL CANTÓN PORTOVIEJO

1. ¿Considera usted que la comunicación es una herramienta de desarrollo social, en su comunidad?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	77	100,00%
NO	0	0,00%
TOTAL	77	100,00%



Fuente: Habitantes de la parroquia Abdón Calderón de Portoviejo

Elaboración: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

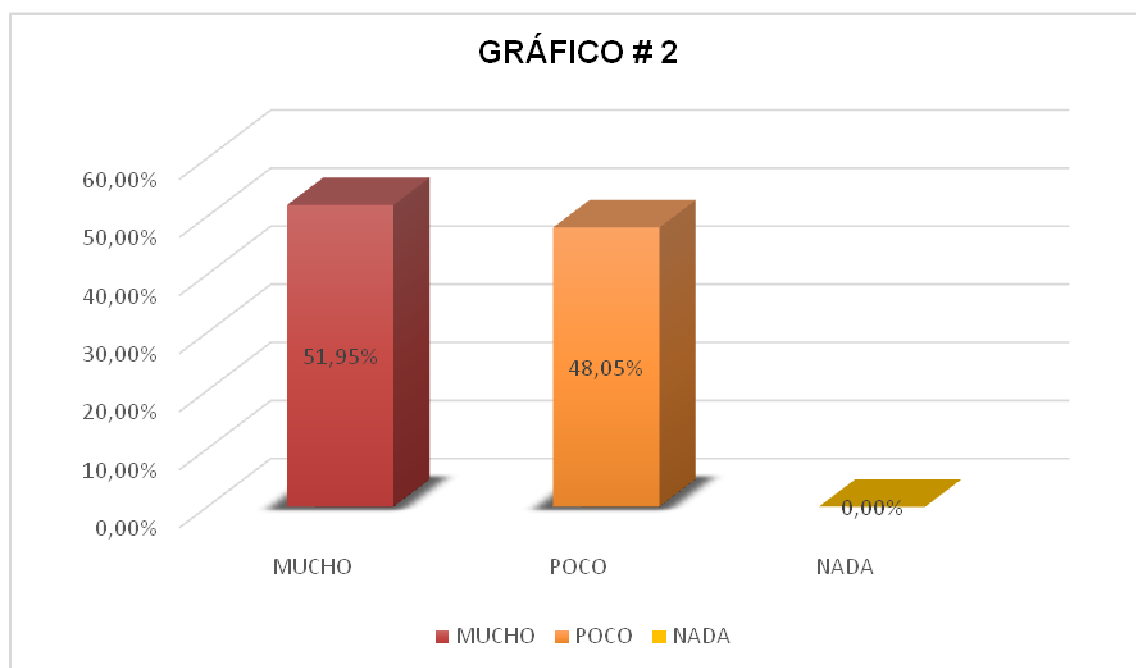
Al realizarles la primera pregunta a los encuestados de la parroquia Abdón Calderón, misma que señala si considera que la comunicación es una herramienta de desarrollo social en su comunidad. Los habitantes contestaron con un 100% positivamente que sí, en tanto un 0% demuestra que No.

Esta derivación muestra que la comunicación es un factor preponderante dentro de la vida de esta comunidad, al señalar que es una herramienta implícita dentro de la vida de ellos puesto que por medio de la misma. Primero se relacionan e interactúan con sus familiares, amigos y demás personas, además de permitir efectuar actividades de trabajo y humanas con el resto de habitantes en diversas situaciones de la vida misma.

La apreciación reflexionada por los habitantes de la parroquia Calderón se entrelazan con los preceptos que indica Anzieu, en el sentido de que la comunicación permite relacionar a una o varias personas con la finalidad de alcanzar objetivos, esto en base al proceso de entendimiento mutuo propiciado entre un emisor, emisores y otras personas que actúan en calidad de receptores.

2. ¿De acuerdo a su criterio usted identifica contenidos de tipo cultural y social que aparecen en los medios convencionales de Manabí?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUCHO	40	51,95%
POCO	37	48,05%
NADA	0	0,00%
TOTAL	77	100,00%



Fuente: Habitantes de la parroquia Abdón Calderón de Portoviejo

Elaboración: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

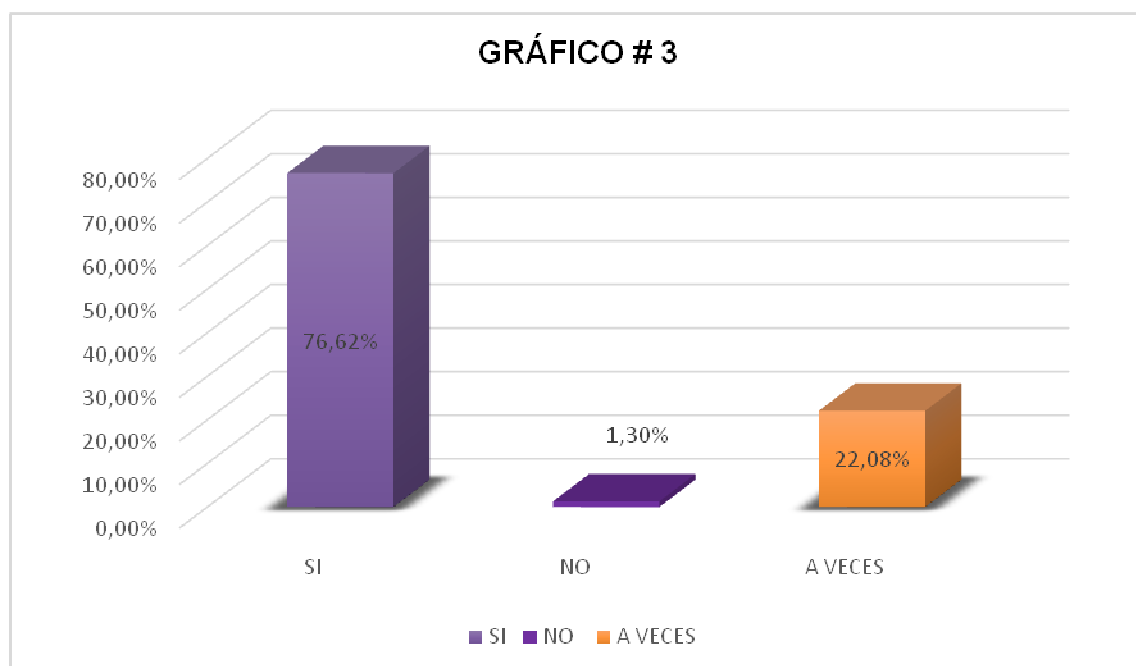
Un 51,95% de los encuestados identifica Mucho; un 48,05% expresa Poco; y, un 0% Nada. Al ser consultados si identifican los contenidos de tipo cultural y social que aparecen en los medios convencionales de Manabí.

Los resultados exteriorizan que los habitantes de la parroquia Calderón en término mayoritario como medio, con una variación porcentual de tres entre mucho y poco, si asemejan los contenidos de tipo cultural y social que se publican en las diferentes páginas de los medios analógicos o convencionales de Manabí.

Los resultados reflejan una consecuencia positiva, puesto que aquello accede en reflexionar que los habitantes de Calderón aún siendo una parroquia rural si manejan un indicador de lectura e interpretación para conocer entre una nota informativa y otra con temas variados e implícitos de cultura y sociales que se publica en los medios convencionales que se distribuyen en la parroquia. En ese sentido los resultados tienen una asemejación con lo que afirma Bardin, que el análisis de contenido en las personas es una hermenéutica controlada, basada en la deducción, infiriendo temas y lecturas.

3. ¿Cree usted que los contenidos de los periódicos comunitarios Abdón Calderón y El Vocal aportan a la educación y orientación de la comunidad?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	59	76,62%
NO	1	1,30%
A VECES	17	22,08%
TOTAL	77	100,00%



Fuente: Habitantes de la parroquia Abdón Calderón de Portoviejo

Elaboración: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En esta pregunta los encuestados mayoritariamente consideran que el contenido de los periódicos comunitarios Abdón Calderón y El Vocal aportan a la educación y orientación de la comunidad, tal como se observa en el resultado que dice Sí con un 76,72%; un 1,30% dice No; mientras un 22,08% expresa a veces.

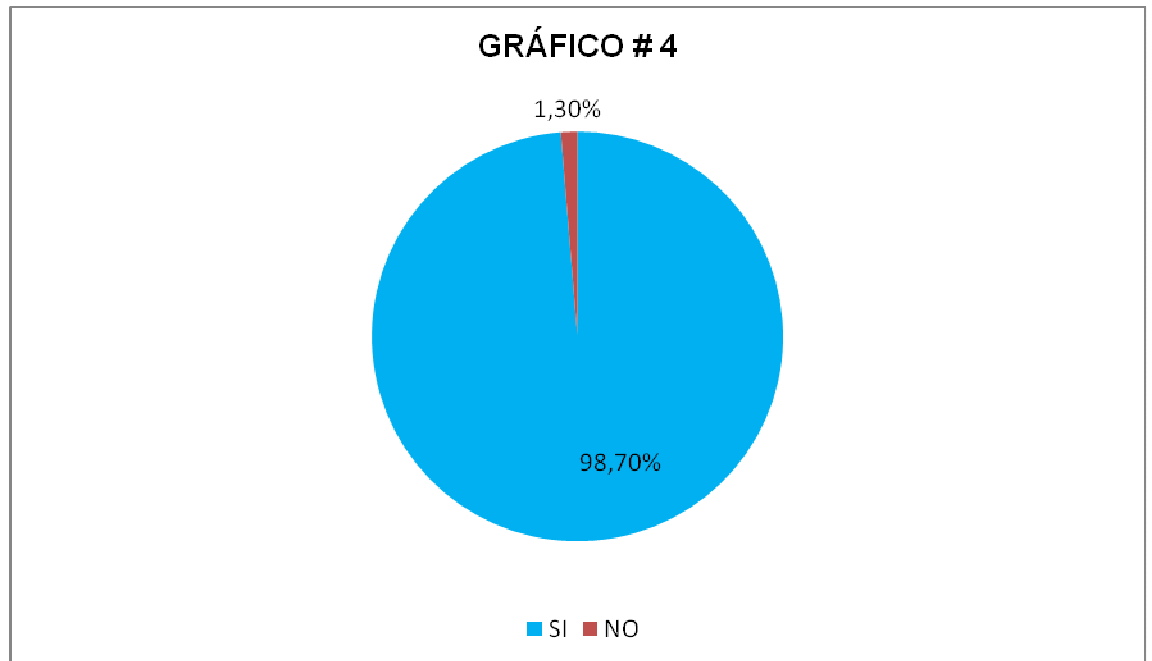
La pregunta que fue dada en igual representación para Calderón y Villamarina para sus ciudadanos se evidencia claramente dos resultados opuestos que indican lo positivo y negativo. En primera instancia en la parroquia Abdón Calderón un 76,62% dice que sí, y la respuesta al no y a veces es variada o lejana, en Villamarina el resultado el no tiene un porcentaje de 87%.

Existe criterio dividido en ambas partes sobre el rol de los medios comunitarios tanto en lo educativo y orientación. En el caso del periódico Calderón es una fortaleza editorial por el aporte que ha dado con informaciones de interés instructivo para sus habitantes, mientras El Vocal no trasciende en ese sentido.

Por lo expuesto se reflexiona lo que manifiesta Antonio Mercader cuando señala que guste o no los medios inciden en la educación de las nuevas generaciones, moldean gustos y tendencias en públicos de todas las edades, construyendo agendas de temas que se discuten y analizan diariamente.

4. ¿En su opinión considera que hay que diseñar una estrategia de comunicación para posicionar a los periódicos en la comunidad urbana y rural?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	76	98,70%
NO	1	1,30%
TOTAL	77	100,00%



Fuente: Habitantes de la parroquia Abdón Calderón de Portoviejo

Elaboración: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

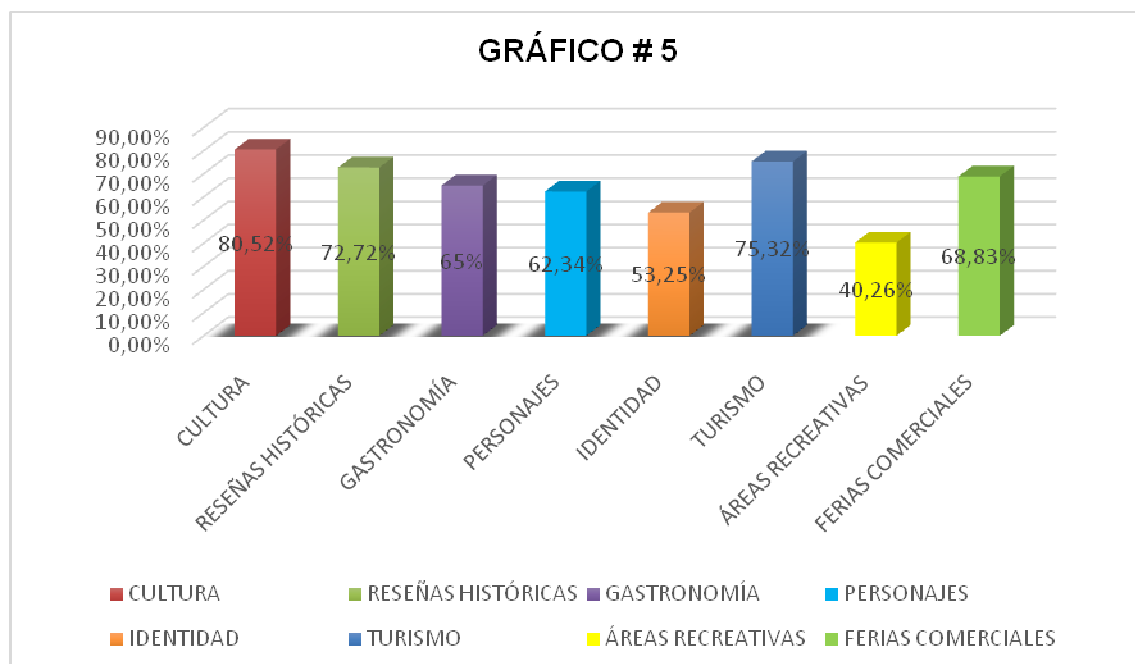
El 98,70% de los encuestados considera que Sí hay que diseñar una estrategia de comunicación para posicionar a los periódicos en la comunidad urbana y rural, y el 1,30% dice que No.

El resultado expresa el pensamiento y sentir de los lectores en Calderón al señalar que se necesita de una reingeniería comunicacional que permita ofrecer un producto diferente a este importante sector rural de Portoviejo y Manabí.

De igual manera la pregunta cuatro fue proporcionada para Calderón y Villamarina. En ambos lugares la respuesta fue similar, hay que aplicar nuevas estrategias comunicacionales que permitan presentar a los lectores un nuevo enfoque en la presentación. Es decir una diagramación afectiva y combinada con colores que impacten y motiven subliminalmente a los lectores; así como también en la redacción de notas informativas escritas con estilo, claridad, belleza, coherencia en su parte expositiva y responsabilidad ulterior en su estructura.

5. ¿Desde su punto de vista, señale cuáles son las crónicas que publica el periódico Abdón Calderón en la comunidad rural Abdón Calderón de Portoviejo?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CULTURA	62	80,52%
RESEÑAS HISTORICAS	56	72,72%
GASTRONOMIA	50	65,00%
PERSONAJES	48	62,34%
IDENTIDAD	41	53,25%
TURISMO	58	75,32%
AREAS RECREATIVAS	31	40,26%
FERIAS COMERCIALES	53	68,83%



Fuente: Habitantes de la parroquia Abdón Calderón de Portoviejo

Elaboración: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

ANÁLISIS E INTEPRETACIÓN

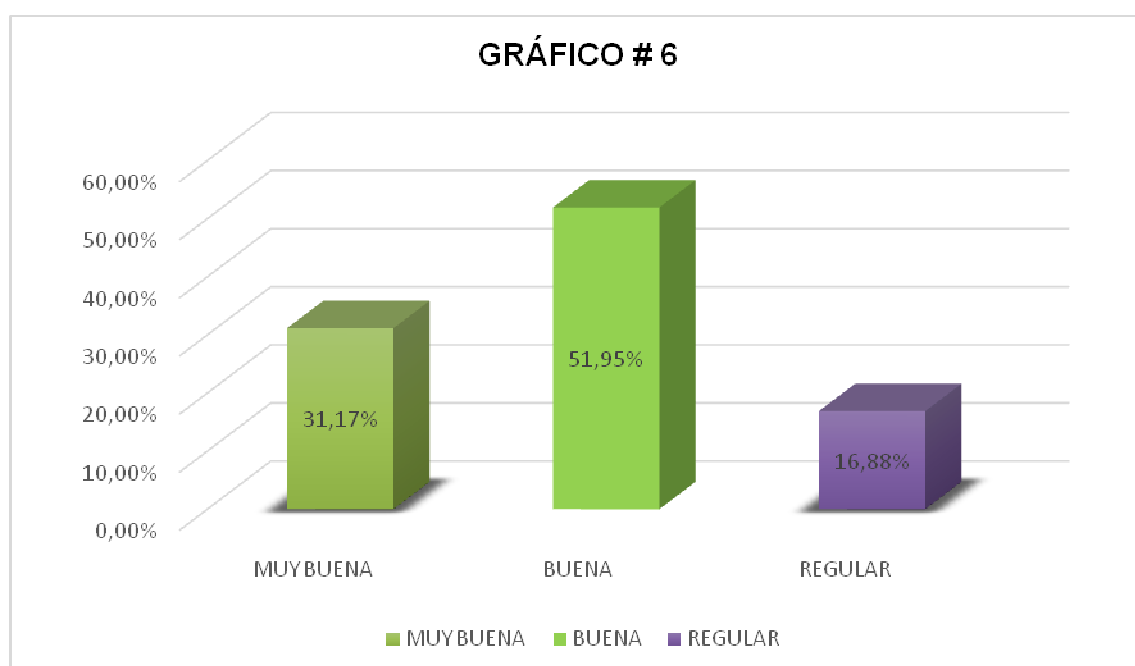
Las crónicas que publica el periódico Abdón Calderón y gustan a los lectores de esta comunidad son: Cultura con un 80, 52%; un 72,72% prefiere reseñas históricas; el 65% prefiere gastronomía; un 62,34% gusta de personajes; un 53, 25 opta por identidad; un 75,32% desea turismo; el 42,26% con las áreas recreativas, y finalmente un 68,83% las ferias comerciales.

Los resultados expresan porcentajes que señalan el favoritismo de los encuestados con crónicas en cuyo contexto se aprecian temas con espacios dedicados a la cultura, reseñas históricas, identidad, personajes, turismo y ferias comerciales que en la práctica son las notas y crónicas que más se publican en el periódico de Calderón, sobre todo en fechas especiales como la fiestas cívicas del 11 de diciembre, que es la recordación de su parroquialización y en donde su población adquiere en mayor medida el tiraje del medio comunitario.

En el caso del periódico El Vocal de Villamarina los porcentajes aparecen con igual similitud o en diferencia de puntaje, La pregunta tiene similar característica de enfoque proporcionado para ambos lugares, los porcentajes difieren en poca compensación.

6. ¿Cuál es la situación actual de la prensa comunitaria en la parroquia rural Abdón Calderón, respecto al desarrollo social?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY BUENA	24	31,17%
BUENA	40	51,95%
REGULAR	13	16,88%
TOTAL	77	100,00%



Fuente: Habitantes de la parroquia Abdón Calderón de Portoviejo

Elaboración: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

ANÁLISIS E INTEPRETACIÓN

Al preguntar cuál es la situación actual de la prensa comunitaria en la parroquia rural Abdón Calderón, respecto al desarrollo social. Los encuestados respondieron, un 31,17% Muy buena; el 51,95% expresó Buena; y un 16,88% manifestó Regular.

Por lo expuesto se deduce que la prensa comunitaria en Calderón ha cumplido en término medio y mayor su responsabilidad social y mutua, en beneficio de este sector de Portoviejo y Manabí.

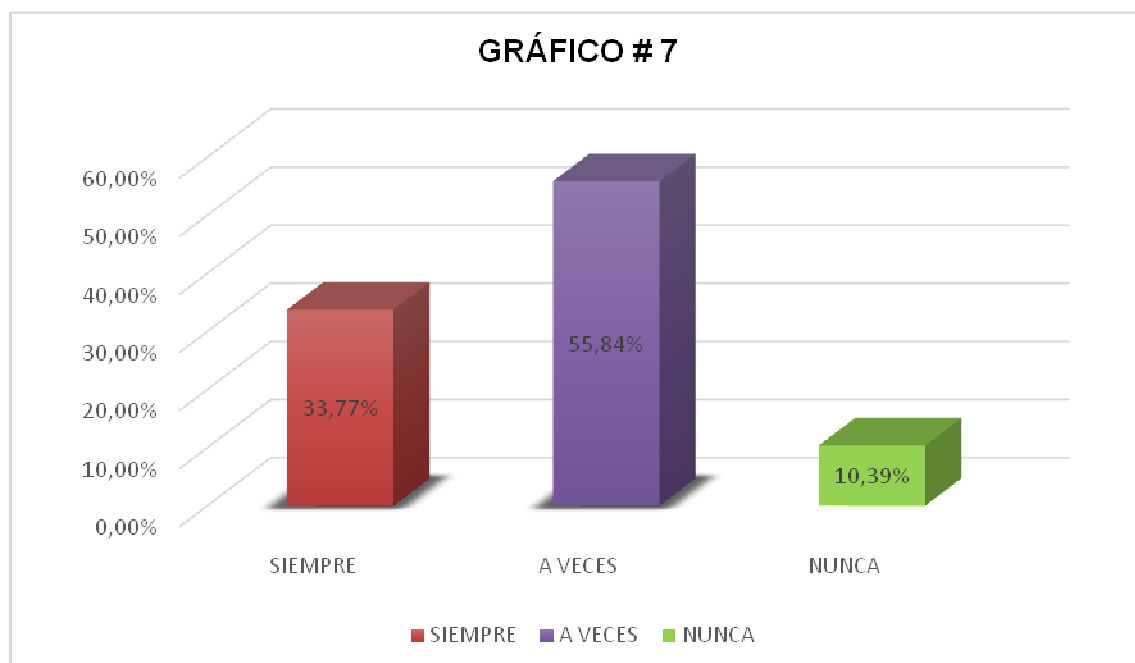
Este criterio que resalta de las respuestas emitidas por los ciudadanos calderonenses muestra la realidad de la prensa comunitaria en la parroquia Calderón de Portoviejo, considerando que el medio tiene quince años de publicación continua de manera semestral y anual, por ello el resultado de su responsabilidad social es a medias, dado que no ha podido tener los suficientes recursos económicos para mantenerse con mayor periodicidad durante meses considerados estratégicos o fechas especiales.

En ese sentido se concuerda con Charilin Romero y Ana Cáceres, cuando manifiestan que los medios de comunicación comunitarios en América Latina están descritos por un arduo trabajo de años de persistencia; además de compartir con lo expresado con Juan Ramón Carrasco cuando dice que la finalidad de la responsabilidad social es crear sinergias que conduzcan a aumentar el bien común de corto y mediano plazo en

armonía con el entorno y los intereses comunes e individuales, tácitos y explícitos. Aquello compagina con la política editorial del periódico Abdón Calderón que durante quince años se ha mantenido y encaminado en fortalecer el bien común a través de crónicas y notas informativas de la identidad cultural, de la gastronomía que ofrece a los turistas que visitan la parroquia, hacer conocer sus puertos y sitios turísticos ubicados en las riberas del Río Chico, mostrando su exuberancia natural y alegría que caracterizan a sus habitantes ante propios y extraños.

7. ¿Cree usted que las autoridades respectivas, brindan apoyo para la publicación permanente de estos medios que contribuyen en educar, orientar, e informar sobre los hechos y vida de la comunidad?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	26	33,77%
A VECES	43	55,84%
NUNCA	8	10,39%
TOTAL	77	100,00%



Fuente: Habitantes de la parroquia Abdón Calderón de Portoviejo

Elaboración: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

ANÁLISIS E INTEPRETACIÓN

Ante la pregunta facilitada a los habitantes de Calderón, si creen que las autoridades respectivas, brindan apoyo para la publicación permanente de estos medios que contribuyen en educar, orientar, e informar sobre los hechos y vida de la comunidad. Los encuestados respondieron, un 33,77% Siempre; un 55,84% A veces; y el 10,39% manifestó Nunca.

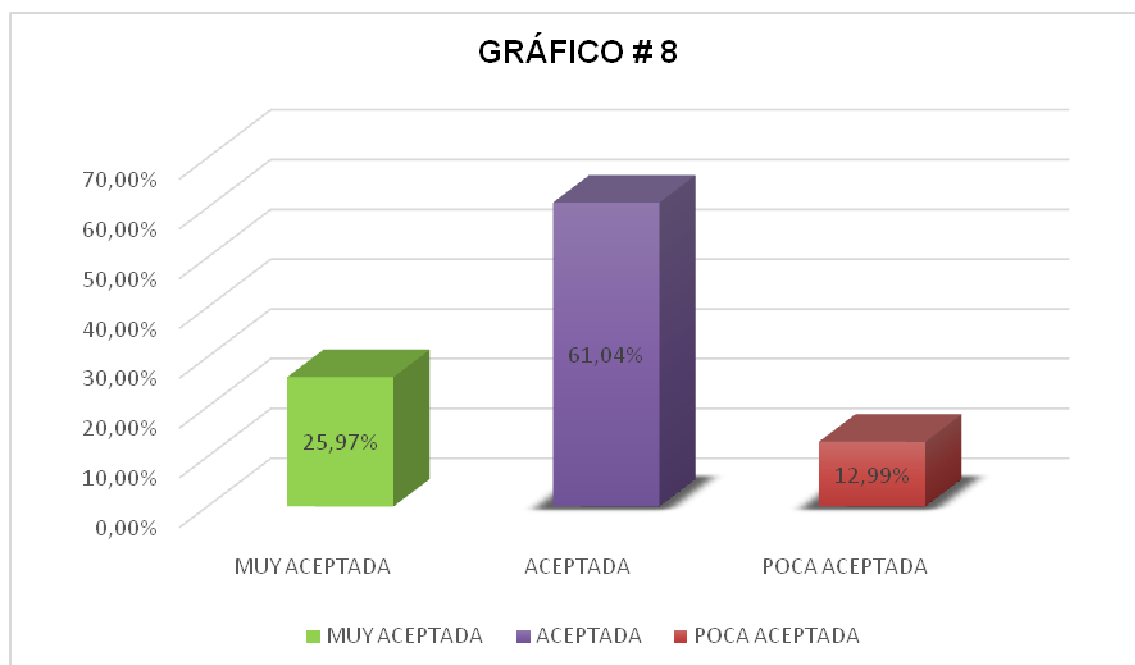
La contestación enseña que existe una representación medio respecto a creer que las autoridades ofrezcan apoyo a la publicación permanente de estos medios.

Esta interrogante tiene su relación con la pregunta anterior cuando se expresa que el periódico Abdón Calderón, tiene quince años de edición y presencia con los habitantes de este importante sector de Portoviejo y Manabí, y solo ha circulado ocasionalmente en fechas especiales, tales como la provincialización de Manabí, la celebración del 10 de agosto y permanentemente en la parroquialización de Calderón el 11 de diciembre de cada año.

Deberían las autoridades siempre apoyar a los periódicos comunitarios en su afán de insertarse aún más dentro de la comunidad que los cobija.

8. ¿Piensa usted que la actitud de los lectores de su comunidad frente a la prensa comunitaria es?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY ACEPTADA	20	25,97%
ACEPTADA	47	61,04%
POCO ACEPTADA	10	12,99%
TOTAL	77	100,00%



Fuente: Habitantes de la parroquia Abdón Calderón de Portoviejo

Elaboración: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

ANÁLISIS E INTEPRETACIÓN

En la pregunta ocho un 25,97% responde Muy aceptada, un 61,04% Aceptada; y un 12,99% Poca aceptada. Señalaron los encuestados al preguntar cuál es la actitud de los lectores de su comunidad frente a la prensa comunitaria.

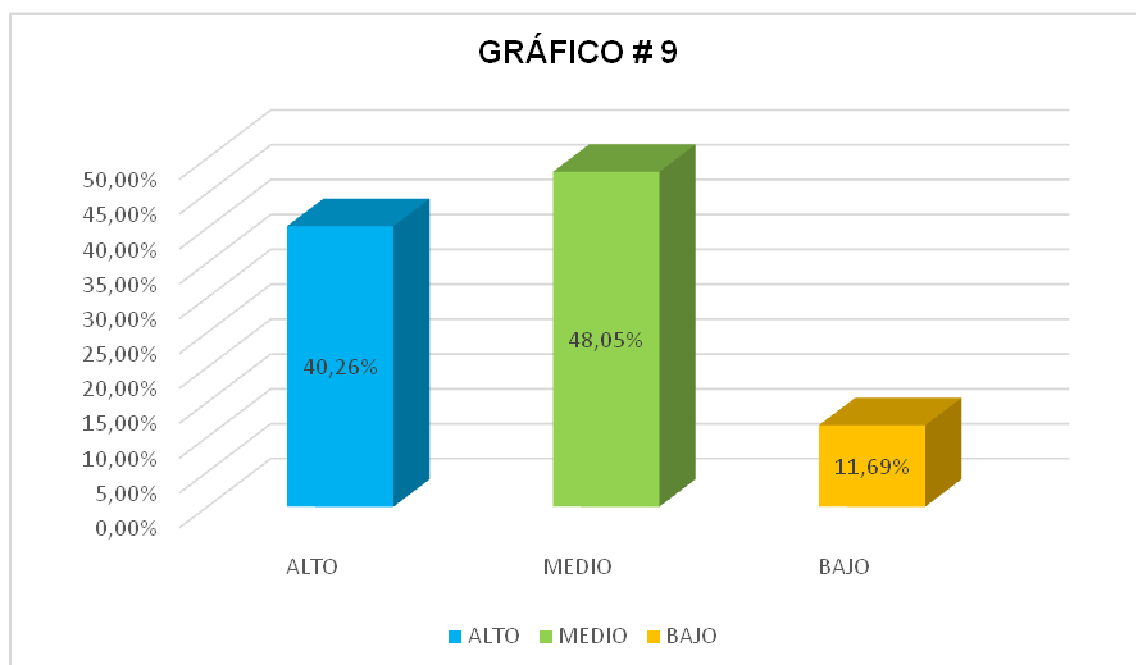
Los resultados demuestran que los lectores mantienen un nivel de aceptación y aprobación respecto a muy aceptada y aceptada la publicación y contenido de los medios comunitarios que se editan en favor de la comunidad que los acoge.

La pregunta ocho fue elaborada con la misma característica tanto para Calderón como Villamarina indica una variación en cuanto a muy aceptada y aceptada. Mientras en la parroquia Calderón muy aceptada tuvo el 25,97%, en Villamarina el 58,33%; en aceptada esta última tuvo el 37,50% mientras Calderón arrojó un 61,04%.

Se expresa una variación en la aceptación de los lectores hacia los dos periódicos, aquello es por varias razones, una de ellas es la falta de periodicidad en la cabecera y zona rural, en el caso de la parroquia Calderón, pero en todo caso el medio comunitario tiene su mayor nivel de aceptación en la cabecera donde se asienta el mayor número de habitantes y porcentaje de lectores.

9. ¿De acuerdo a su criterio los contenidos de los medios comunitarios, en qué nivel aportan al desarrollo social de la comunidad Abdón Calderón?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTO	31	40,26%
MEDIO	37	48,05%
BAJO	9	11,69%
TOTAL	77	100,00%



Fuente: Habitantes de la parroquia Abdón Calderón de Portoviejo

Elaboración: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

ANÁLISIS E INTEPRETACIÓN

Con relación a la pregunta # 9, de acuerdo a su criterio los contenidos de los medios comunitarios, en qué nivel aportan al desarrollo social de la comunidad Abdón Calderón. Los encuestados señalaron, un 40,26% Alto; un 48,05% Medio; y un 11,69% expresa Bajo.

Estos porcentajes señalan que existe un paralelismo de contribución y participación entre alto y medio, del periódico comunitario al desarrollo social para este importante sector de la provincia de Manabí.

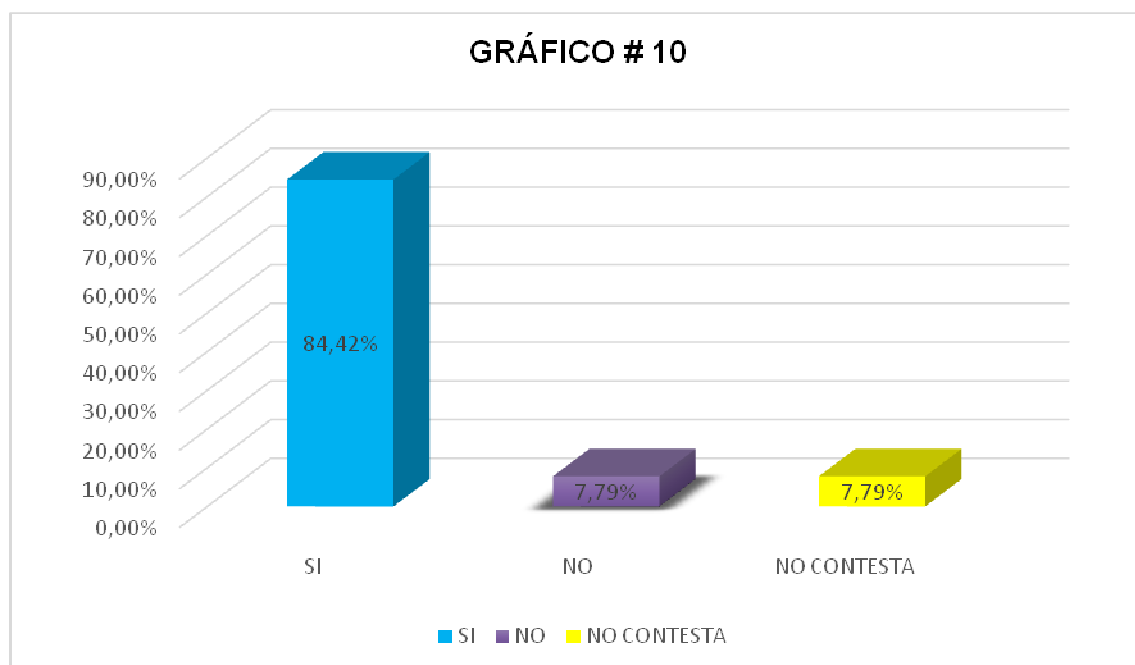
Aquello se muestra en el caso de la parroquia Calderón en donde el nivel alto tiene el 40,26% y Villamarina el 66,67%; en tanto que el nivel medio en Calderón tiene 48% y Villamarina 33,33%.

En este sentido se comparte la reflexión de Antonio Mercader donde enfatiza que los medios masivos de comunicación se han vuelto más gravitantes en la formación cultural, en la manera de relacionarse con el mundo y con los semejantes, en los trajines cotidianos del trabajo y la creación, y hasta en la intimidad de la vida hogareña.

Las deducciones sobre aquello aportan compartiendo los resultados que surgen en la investigación y que involucra al periódico Abdón Calderón y El Vocal de Jaramijó, donde mantienen un nivel de aceptación con los miembros de la comunidad donde se asientan.

10. ¿Está de acuerdo con el estilo periodístico que aplica el periódico Abdón Calderón, como medio patrimonial de comunicación?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	65	84,42%
NO	6	7,79%
NO CONTESTA	6	7,79%
TOTAL	77	100,00%



Fuente: Habitantes de la parroquia Abdón Calderón de Portoviejo

Elaboración: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

ANÁLISIS E INTEPRETACIÓN

Al consultar a los miembros de la comunidad calderonense si están de acuerdo con el estilo periodístico que aplica el periódico Abdón Calderón, como medio patrimonial de comunicación. Los encuestados respondieron, un 84,42% Sí; un 7,79% No; y finalmente un 7,79% No contesta.

Los resultados demuestran que la comunidad está de acuerdo con el estilo y política editorial del periódico Abdón Calderón en beneficio de la estructura social y humana de la parroquia.

Los resultados mayoritarios tanto para Abdón Calderón como El Vocal determinan estar de acuerdo sus habitantes con el estilo aplicado como medio de identificación patrimonial, es decir, con la condición o cualidad en que se presenta ante la comunidad donde se desenvuelven, se distribuye, se entrega. Por ello tanto en el caso de los periódicos de Calderón y Jaramijó se han convertido en el símbolo de pertenencia de los lugares donde se asientan.



UNIVERSIDAD LAICA
"ELOY ALFARO" DE MANABÍ



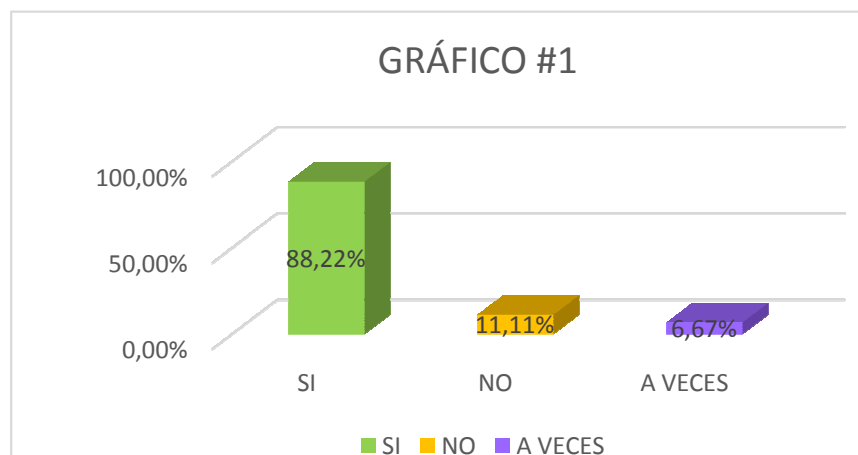
**CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO, INVESTIGACIÓN,
RELACIONES Y COOPERACIÓN INTERNACIONAL, CEPIRCI.**

Encuesta dirigida a los comerciantes de la parroquia rural de Abdón Calderón, del cantón Portoviejo, provincia de Manabí.

Objetivo: Recabar información con relación a analizar la comunicación como herramienta de desarrollo social. Análisis comparativo de contenidos de los periódicos comunitarios Abdón Calderón y El Vocal con los medios convencionales de Manabí, año 2013.

1. ¿Ha leído usted alguna vez el periódico Abdón Calderón?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	37	88,22%
No	5	11,11%
A veces	3	6,67%
TOTAL	45	100,00%



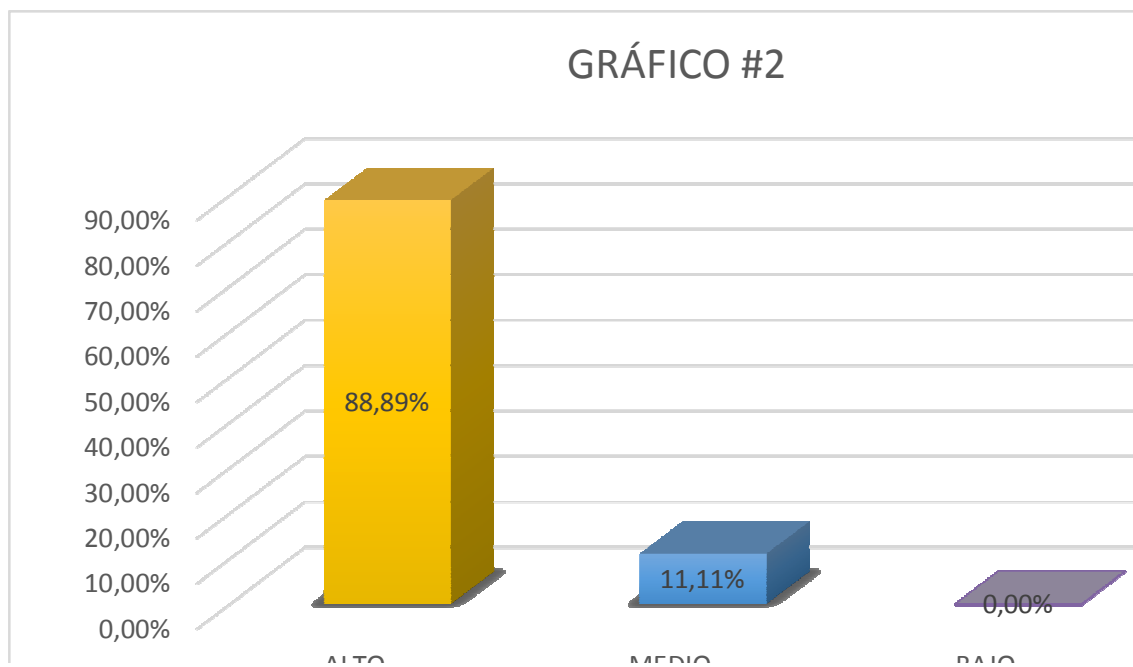
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En el cuadro número uno, ante la pregunta realizada a los comerciantes. Sí ha leído alguna vez el periódico Abdón Calderón. Los encuestados respondieron con un 88,22% que Sí; en tanto un 11, 11%; que No; mientras un 6,67% A veces.

Por lo expuesto se reflexiona que los comerciantes de la parroquia Abdón Calderón, en su mayoría sí tienen interés en leer el periódico comunitario Abdón Calderón.

2. ¿Qué categoría le asigna usted a los contenidos que publica el periódico Abdón Calderón de la parroquia del mismo nombre?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alto	40	88,89%
Medio	5	11,11%
Bajo	0	0,00%
TOTAL	45	100,00%



Fuente: Comerciantes de la parroquia Abdón Calderón

Realizado por: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

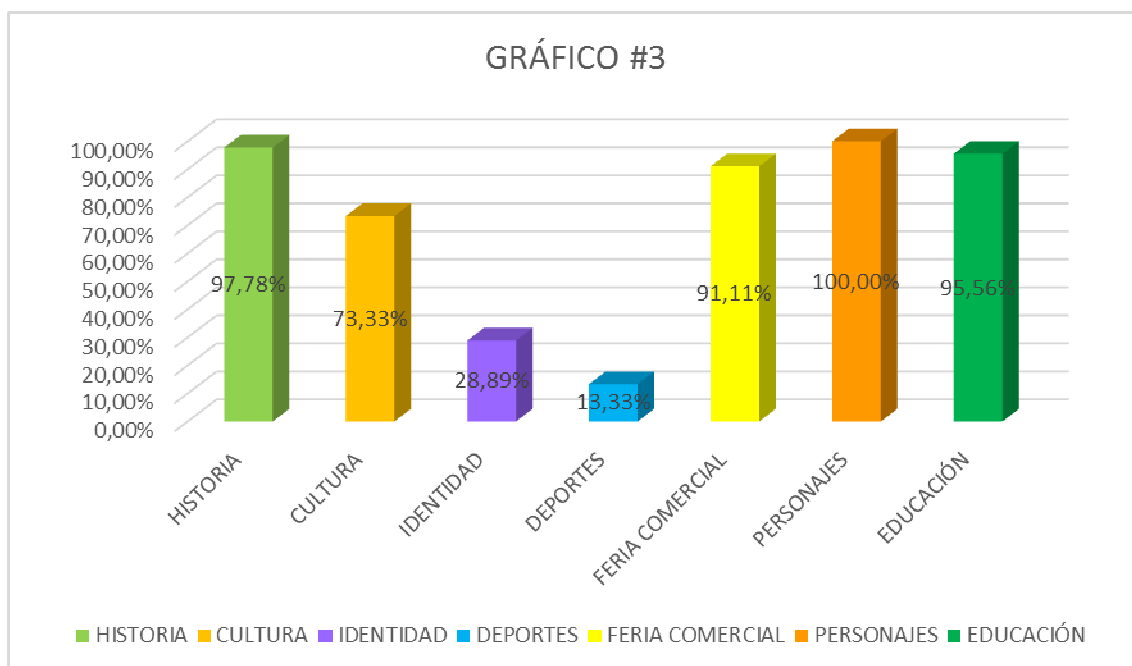
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Al consultar qué categoría le asignan a los contenidos que publica el periódico Abdón Calderón de la parroquia del mismo nombre. Los encuestados respondieron con un 88, 89%, Alto; mientras un 11,11% Medio; finalmente un 0,00% Bajo.

En consecuencia se expresa que los contenidos que se publican en el periódico Abdón Calderón tiene un nivel categoría positiva, es decir que tiene un nivel alto de aceptación por parte de los comerciantes de la parroquia Calderón.

3. ¿Qué tipo de contenidos del periódico comunitario Abdón Calderón, considera más importante?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Historia	44	97,78%
Cultura	33	73,33%
Identidad	13	28,89%
Deportes	6	13,33%
Feria Comercial	41	91,11%
Personajes	45	100,00%
Educación	43	95,56%
TOTAL	45	100,00%



Fuente: Comerciantes de la parroquia Abdón Calderón
Realizado por: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

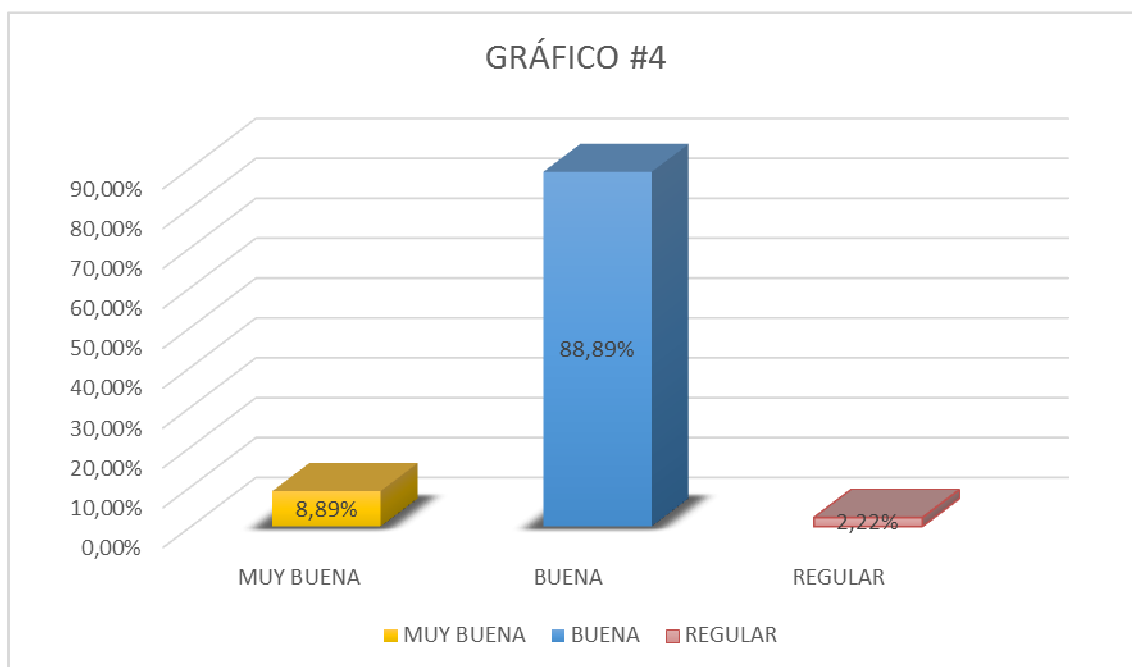
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la pregunta número tres al consultarles a los comerciantes qué tipo de contenidos del periódico comunitario Abdón Calderón, considera más importante. Los encuestados respondieron Historia con un 97,78%; cultura 73,33%; identidad 28,89%; deportes con un 13,33%; feria comercial con un 91,11%; personajes con un 100,00%; finalmente educación con un 95,56%.

Por lo expuesto se razona que los contenidos que más consideran importantes los comerciantes de Calderón señalaron Historia, cultura, feria comercial, educación como los temas de mayor trascendencia, le siguen identidad y deportes respectivamente.

4. ¿Qué categoría le da usted a la estructura de presentación que tiene el periódico Abdón Calderón?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Buena	4	8,89%
Buena	40	88,89%
Regular	1	2,22%
TOTAL	45	100,00%



Fuente: Comerciantes de la parroquia Abdón Calderón
Realizado por: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

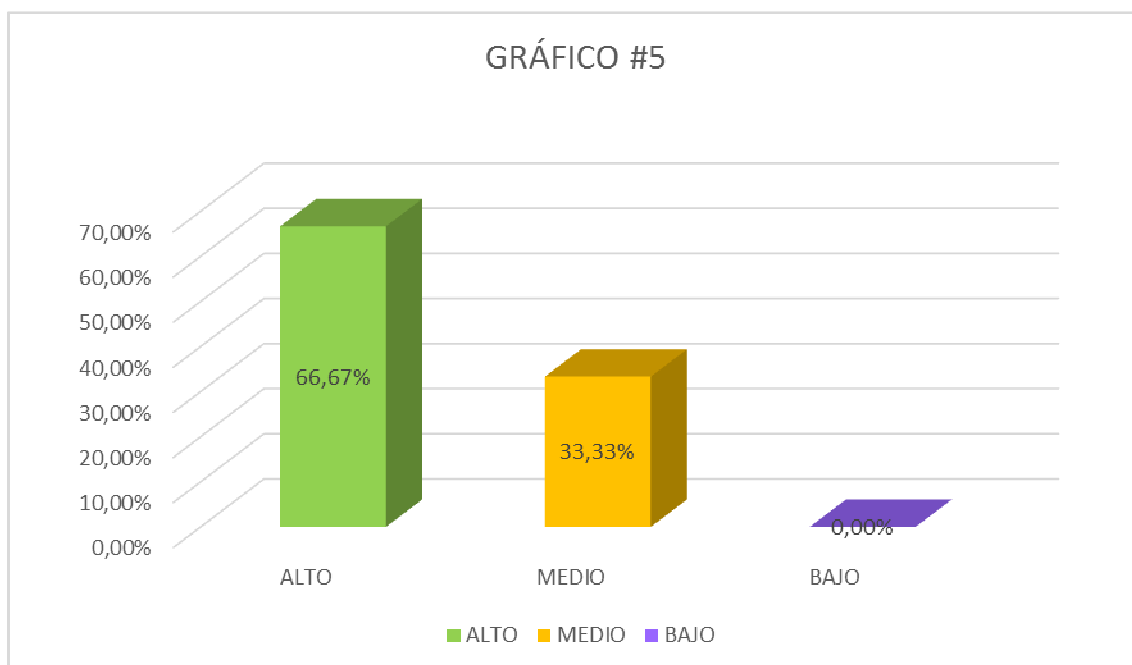
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Al preguntar cómo categoriza la estructura en cuanto a la presentación que tiene el periódico Abdón Calderón. Los encuestados respondieron con un 8,89% Muy buena; en tanto que un 88,89% dijo Buena; y un 2,22% Regular.

Los resultados indican que los comerciantes la categorizan como BUENA a la estructura y presentación que tiene el periódico Abdón Calderón, de la parroquia del mismo nombre.

5. ¿En qué medida considera usted que el periódico es un aporte al desarrollo y educación de la comunidad calderonense?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alto	30	66,67%
Medio	15	33,33%
Bajo	0	0,00%
TOTAL	45	100,00%



Fuente: Comerciantes de la parroquia Abdón Calderón
Realizado por: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En el cuadro número cinco y al interrogar a los comerciantes, en qué medida considera que el periódico es un aporte al desarrollo y educación de la comunidad calderonense. Los encuestados respondieron con un 66,67% Alto; mientras un 33,33% Medio; un 0,00% Bajo.

Se considera positiva las respuestas dadas por los comerciantes al asignarle como indicador de **Alto**; en virtud que el periódico Abdón Calderón aporta al desarrollo y educación de la comunidad calderonense con sus informaciones y eventos que forman parte de los contenidos y en función de la estructura social.



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ



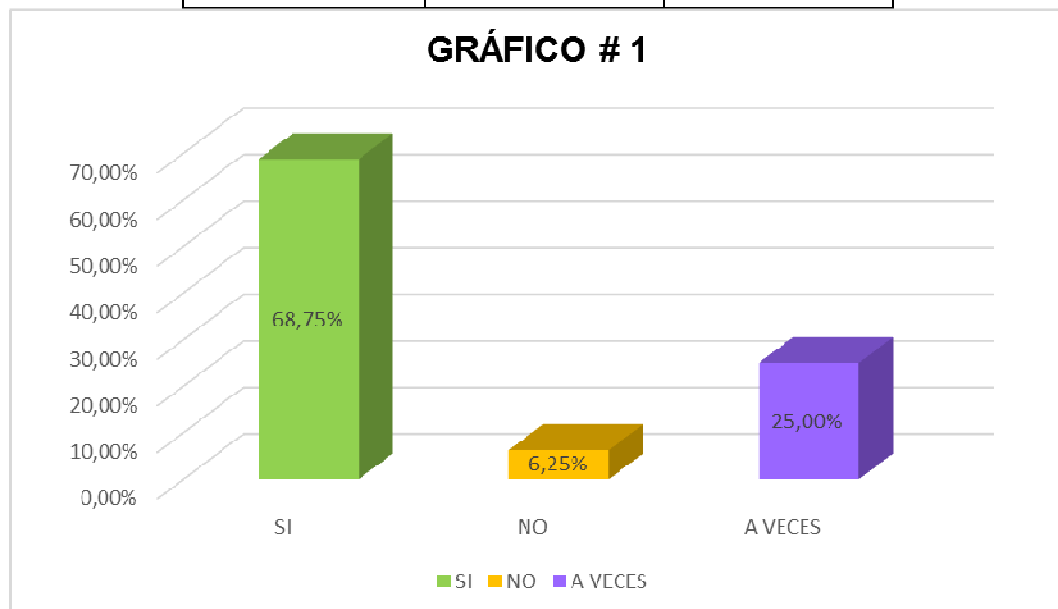
**CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO,
INVESTIGACIÓN, RELACIONES Y COOPERACIÓN INTERNACIONAL,
CEPIRCI.**

Encuesta dirigida a estudiantes de los colegios secundarios de la parroquia rural de Abdón Calderón, del cantón Portoviejo, provincia de Manabí.

Objetivo: Recabar información con relación a analizar la comunicación como herramienta de desarrollo social. Análisis comparativo de contenidos de los periódicos comunitarios Abdón Calderón y El Vocal con los medios convencionales de Manabí, año 2013

1. ¿Ha leído usted alguna vez el periódico Abdón Calderón?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	55	68,75%
No	5	6,25%
A veces	20	25,00%
TOTAL	80	100,00%



Fuente: Comerciantes de la parroquia Abdón Calderón

Realizado por: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

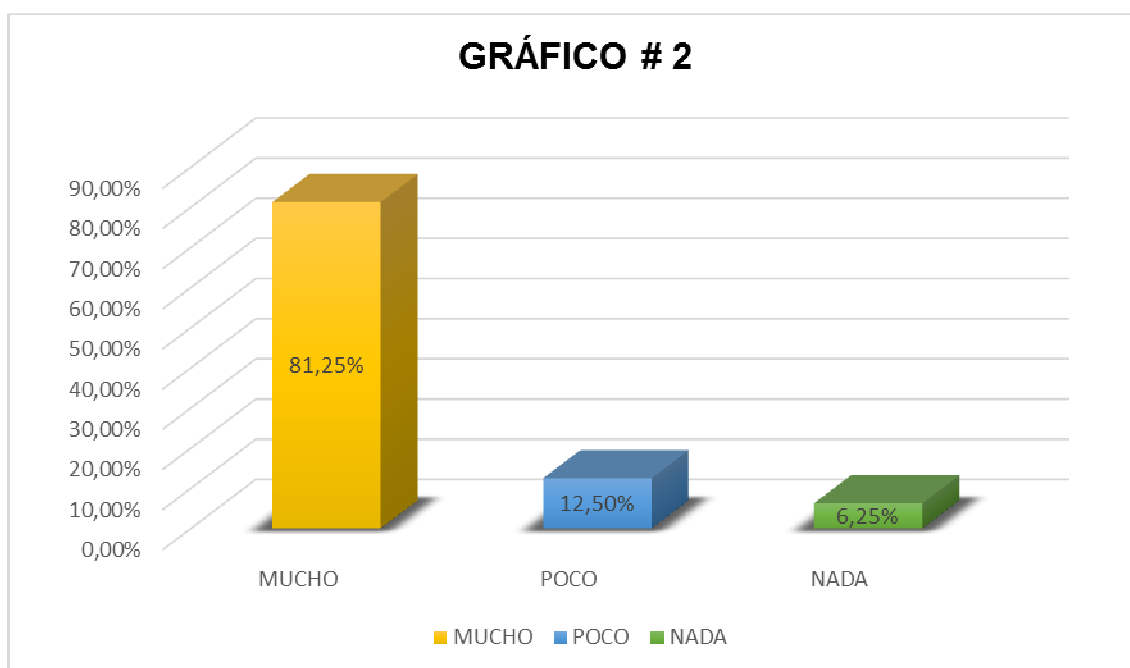
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En el cuadro número uno ante la pregunta, realizada a los estudiantes. Sí ha leído alguna vez el periódico Abdón Calderón. Los encuestados respondieron con un 68,75% que Sí; un 6,25% No; y un 25% A veces.

Por lo mostrado se reflexiona que los estudiantes de los colegios de la parroquia Abdón Calderón en su mayoría SÍ LEEN el periódico comunitario Abdón Calderón.

2. ¿Qué categoría le asigna usted a los contenidos que publica el periódico Abdón Calderón de la parroquia del mismo nombre?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mucho	65	81,25%
Poco	10	12,50%
Nada	5	6,25%
TOTAL	80	100,00%



Fuente: Comerciantes de la parroquia Abdón Calderón
Realizado por: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

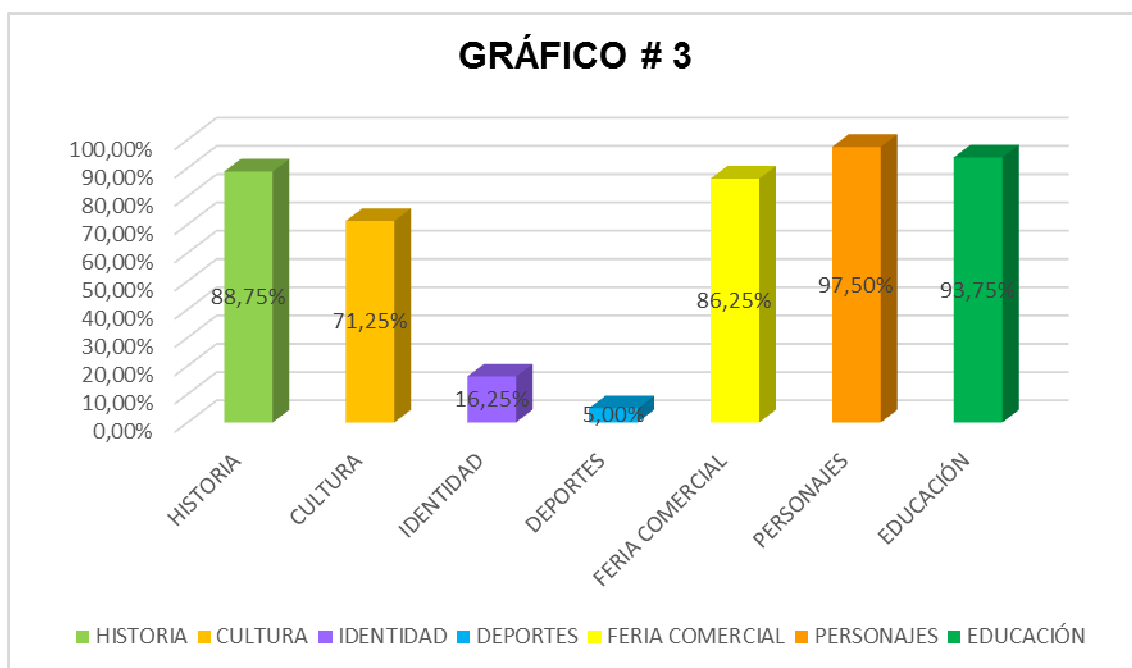
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Al consultar a los estudiantes de los colegios qué categoría le asigna a los contenidos que publica el periódico Abdón Calderón de la parroquia del mismo nombre un 81,25% expresa Mucho; un 12,50% Poco; y finalmente un 6,25% Nada.

El resultado demuestra que los contenidos que se publican en el periódico Abdón Calderón tienen una asignación con “categoría positiva”, es decir que tiene un nivel alto de aceptación por parte de los estudiantes de los colegios de Calderón.

3. ¿Qué tipo de contenidos del periódico comunitario Abdón Calderón, considera más importante?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Historia	71	88,75%
Cultura	57	71,25%
Identidad	13	16,25%
Deportes	4	5,00%
Feria Comercial	69	86,25%
Personajes	78	97,50%
Educación	75	93,75%
TOTAL	80	100,00%



Fuente: Comerciantes de la parroquia Abdón Calderón
Realizado por: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

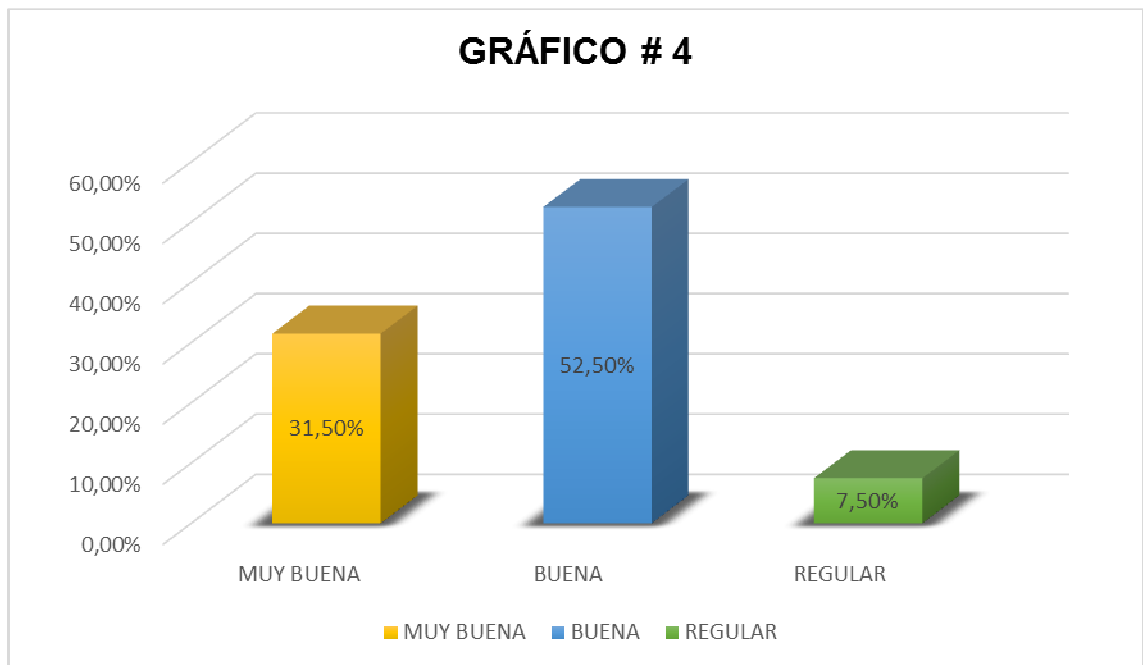
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la pregunta número tres al consultarles a los estudiantes qué tipo de contenidos del periódico comunitario Abdón Calderón, considera más importante. Los encuestados respondieron Historia con un 88,75%; cultura 71,25%; identidad 16,25%; deportes 5,00%; feria comercial 86,25%; personajes 97,50%; educación 93,75%.

Por lo expuesto se deduce que los contenidos considerados como importantes por parte de los estudiantes de Calderón, son: Historia, cultura, feria comercial, personajes y educación; como temas de mayor trascendencia le siguen identidad y deportes en su orden.

4. ¿Qué categoría le da usted a la estructura de presentación que tiene el periódico Abdón Calderón?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Buena	25	31,25%
Buena	42	52,50%
Regular	3	7,50%
TOTAL	80	100,00%



Fuente: Comerciantes de la parroquia Abdón Calderón
Realizado por: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

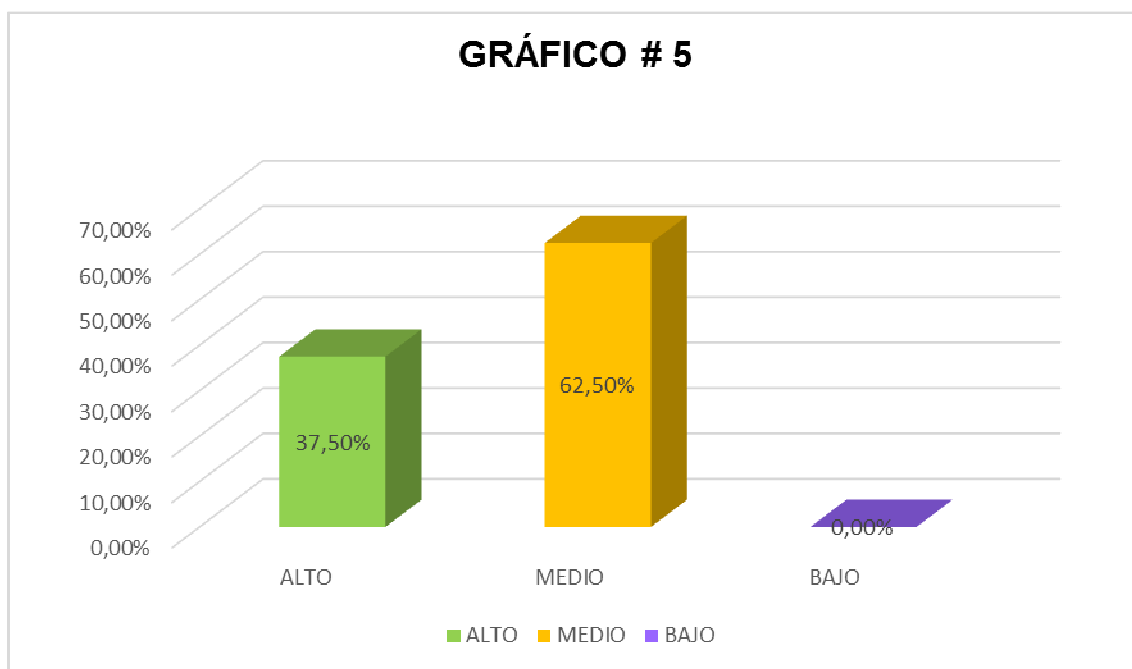
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la pregunta cuatro al consultar a los estudiantes qué categoría le dan a la estructura de presentación que tiene el periódico Abdón Calderón. Los encuestados respondieron con un 31,25% Muy buena; un 52,50% Buena; y finalmente un 7,50% Regular.

En consecuencia los estudiantes consideran que la estructura de presentación que tiene el periódico Abdón Calderón es BUENA.

5. ¿En qué medida considera usted que el periódico es un aporte al desarrollo y educación de la comunidad calderonense?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alto	30	37,50%
Medio	50	62,50%
Bajo	0	0,00%
TOTAL	80	100,00%



Fuente: Comerciantes de la parroquia Abdón Calderón
Realizado por: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En el cuadro número cinco y al interrogar a los estudiantes, en qué medida consideran que el periódico es un aporte al desarrollo y educación de la comunidad calderonense. Los encuestados respondieron con un 37,50% Alto; un 62,50% Medio; y un 0,00% Bajo.

Se considera positiva las respuestas dadas por los estudiantes al señalar, que el periódico Abdón Calderón aporta al desarrollo y educación de la comunidad calderonense con sus informaciones y eventos que se desarrollan en su organización social.



UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO" DE MANABÍ



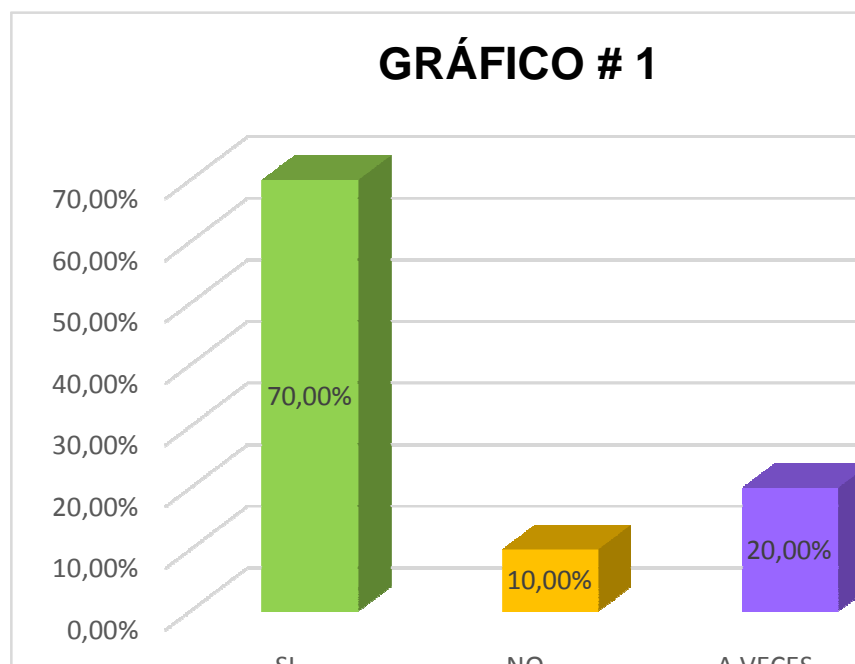
CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO,
INVESTIGACIÓN, RELACIONES Y COOPERACIÓN
INTERNACIONAL, CEPIRCI.

Encuesta dirigida a los profesores de escuelas y colegios de la parroquia rural de Abdón Calderón, del cantón Portoviejo, provincia de Manabí.

Objetivo: Recabar información con relación a analizar la comunicación como herramienta de desarrollo social. Análisis comparativo de contenidos de los periódicos comunitarios Abdón Calderón y El Vocal con los medios convencionales de Manabí, año 2013.

1. ¿Ha leído usted alguna vez el periódico Abdón Calderón?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	35	70,00%
No	5	10,00%
A veces	10	20,00%
TOTAL	50	100,00%



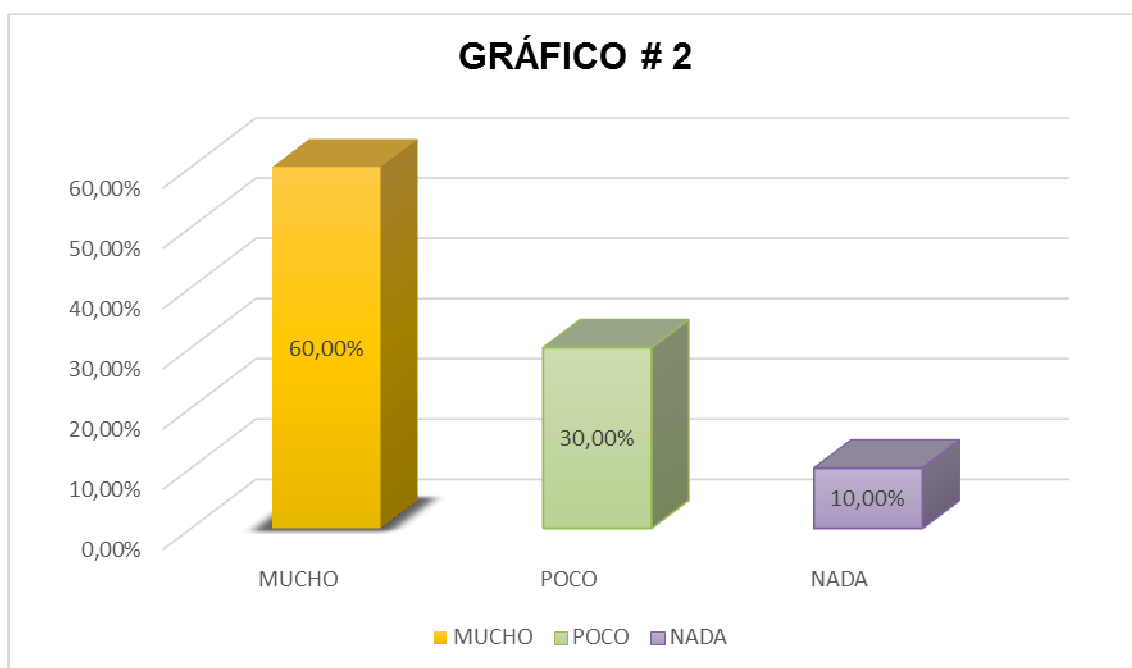
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En el cuadro número uno ante la pregunta, realizada a los profesores. Sí ha leído usted alguna vez el periódico Abdón Calderón. Los encuestados respondieron con un 70,00% Sí; un 10,00%No; y un 20,00% A veces.

Por lo manifiesto se delibera que los profesores de los colegios de la parroquia Abdón Calderón en su mayoría sí leen el periódico comunitario Abdón Calderón, tomándolo como modelo de aportación cultural.

2. ¿Qué categoría le asigna usted a los contenidos que publica el periódico Abdón Calderón de la parroquia del mismo nombre?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mucho	30	60,00%
Poco	15	30,00%
Nada	5	10,00%
TOTAL	50	100,00%



Fuente: Comerciantes de la parroquia Abdón Calderón
Realizado por: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

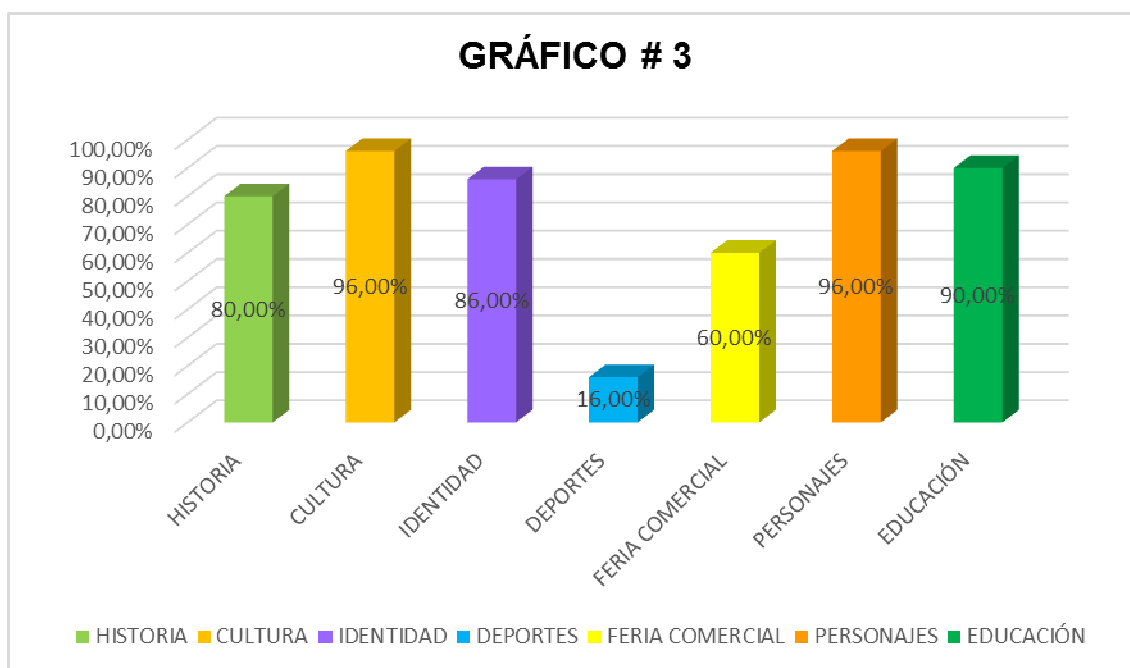
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la pregunta dos al consultar a los profesores qué categoría le asignan a los contenidos que publica el periódico Abdón Calderón de la parroquia del mismo nombre. Los encuestados respondieron con un 60,00% Mucho; en tanto que un 30,00% dijo Poco; y un 10,00% Nada.

La derivación demuestra que los contenidos que se publican en el periódico Abdón Calderón tienen la categoría de positiva, es decir que tiene el “nivel” de MUCHO, como aceptación por parte de los profesores de los colegios de Calderón.

3. ¿Qué tipo de contenidos del periódico comunitario Abdón Calderón, considera más importante?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Historia	40	80,00%
Cultura	48	96,00%
Identidad	43	86,00%
Deportes	8	16,00%
Feria Comercial	30	60,00%
Personajes	48	96,00%
Educación	45	90,00%
TOTAL	50	100,00%



Fuente: Comerciantes de la parroquia Abdón Calderón
Realizado por: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

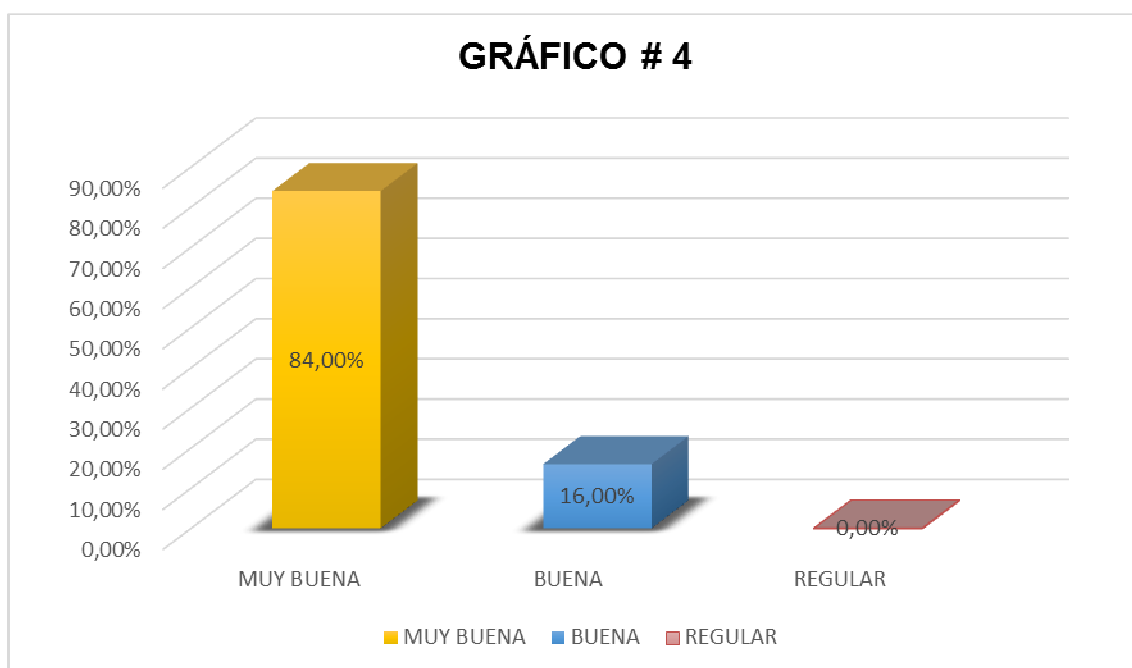
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la pregunta número tres al consultarles a los profesores qué tipo de contenidos del periódico comunitario Abdón Calderón, considera más importante. Los encuestados respondieron con historia 80,00%; cultura 96%; identidad 86,00%; deportes 16,00%; feria comercial 60,00%; personajes 96,00% y finalmente educación 90,00%.

Considerando aquello se deduce que los contenidos considerados como importantes, el pronunciamiento de los profesores fue: Historia, cultura, identidad, personajes y educación; posterior a ello aparecen los deportes, y feria comercial.

4. ¿Qué categoría le da usted a la estructura de presentación que tiene el periódico Abdón Calderón?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Buena	42	84,00%
Buena	8	16,00%
Regular	0	0,00%
TOTAL	50	100,00%



Fuente: Comerciantes de la parroquia Abdón Calderón
Realizado por: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

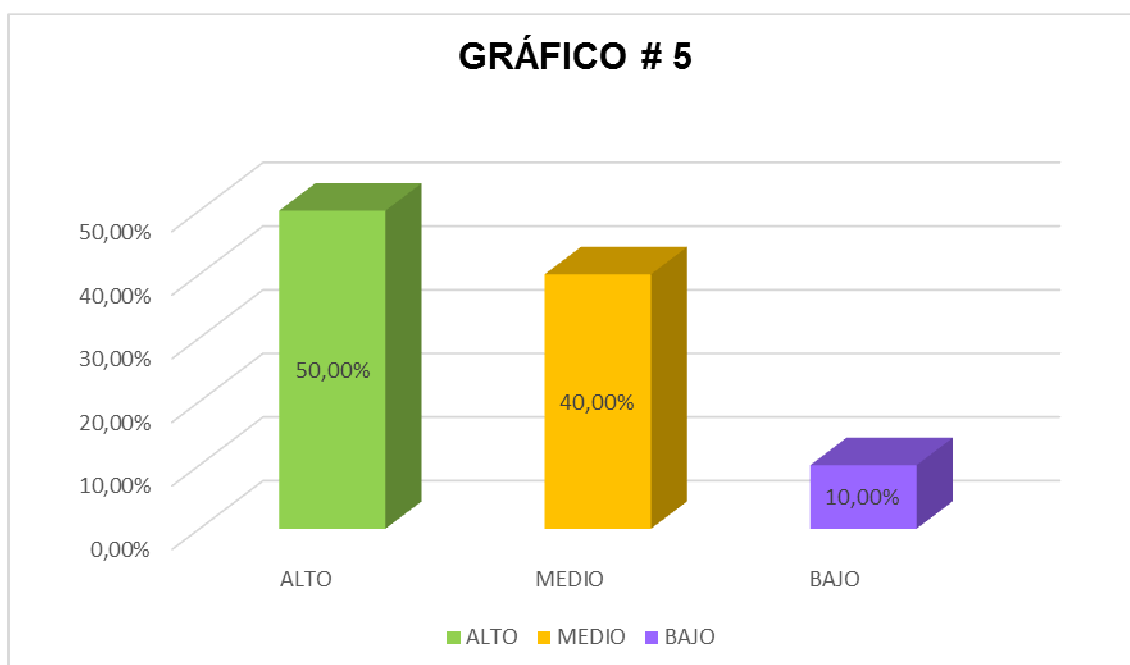
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los resultados de la pregunta cuatro los profesores al responder qué categoría le dan a la estructura y presentación que tiene el periódico Abdón Calderón. Los encuestados respondieron con un 84,00% de Muy buena; un 16,00% Buena; mientras un 0,00% Regular.

Los resultados indican que los profesores de la parroquia Calderón le dan una categoría de Muy buena a la estructura y presentación que tiene el periódico Abdón calderón.

5. ¿En qué medida considera usted que el periódico es un aporte al desarrollo y educación de la comunidad calderonense?

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alto	25	50,00%
Medio	20	40,00%
Bajo	5	10,00%
TOTAL	80	100,00%



Fuente: Comerciantes de la parroquia Abdón Calderón
Realizado por: Rodolfo Xavier Cedeño Guadamud

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En qué medida considera usted que el periódico es un aporte al desarrollo y educación de la comunidad calderonense, es la pregunta que se le hizo a los profesores de los colegios de la parroquia Calderón. Los encuestados respondieron con un 50,00% Alto; un 40,00% Medio; y un 10,00% Bajo.

En ese sentido los profesores consideran que es Alto el aporte al desarrollo y educación de la comunidad calderonense, del periódico Abdón Calderón de Portoviejo.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN GENERAL DE RESULTADOS DE LA ENCUESTAS APLICADAS A LOS COMERCIANTES, ESTUDIANTES Y PROFESORES DE LA PARROQUIA ABDÓN CALDERÓN DE PORTOVIEJO

De acuerdo a los resultados realizados del trabajo de campo efectuado en la parroquia rural de Abdón Calderón de Portoviejo. Considerando las respuestas de comerciantes, estudiantes y profesores, se expresa que el periódico tiene aceptación en la comunidad, sus lectores están determinados en la población de comerciantes, estudiantes y profesores; los contenidos que publica son de carácter cultural, histórico, educativo, de ferias comerciales, identidad y personajes, los mismos que en fechas de fiestas cívicas, desfiles, la comunidad recibe la publicación para conocer los hechos y eventos que acontecen en su estructura social, de las obras que desarrollan sus autoridades y de las personas que aportan con su esfuerzos morales, intelectuales y físicos en procura de que la parroquia Calderón se proyecte por mejores rumbos de progreso y bienestar dentro del contexto económico, político y social considerando que esta parroquia rural de Portoviejo aporta en gran medida al erario de Manabí y el país, por su ubicación geográfica y lo que representa su contribución en la producción agrícola y ganadera.

CAPÍTULO V

5.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1.- Conclusiones

El estudio de campo permitió llegar a las siguientes conclusiones:

- a) Por ser un medio de interacción humana, la comunicación es considerada como una herramienta de desarrollo social e importante, que permite interactuar a las personas, de tal manera que en la comunidad escenario del estudio, se convierte en un factor preponderante, puesto que por medio de la misma se relacionan e interactúan con familiares, amigos y demás personas.
- b) La comunicación está en un nivel primario, llegando a considerar a los medios de comunicación comunitarios El Vocal y Abdón Calderón como fuente del conocimiento y educación con sus contenidos y publicación de crónicas periodísticas; aportando con el desarrollo de la educación y orientación de la comunidad. Se constituyen en fortalezas editoriales por el aporte que brindan mediante información de interés con carácter de instructivo para sus habitantes.
- c) que los habitantes de la parroquia Calderón de Portoviejo y del sector de Villamarina de Jaramijó sí asemejan los contenidos de tipo cultural y social que se publican en las diferentes páginas de los medios analógicos o convencionales de Manabí. Aquello indica

que se maneja un indicador de lectura para interpretar y conocer entre una nota informativa y otra, con temas variados e implícitos de cultura y sociales que se publica en los medios convencionales.

- d) Se evidencia una falta de reingeniería comunicacional y estratégica, a fin de llegar de una mejor manera tanto en sus contenidos, como diseño de presentación a los habitantes y público lector, pues la actual presentación externa e interna de los medios comunitarios no satisfacen a los lectores.
- e) Los habitantes expresan que los tipos de crónicas y notas periodísticas que se publican en estos medios son: Mejoras a la comunidad, cultura, educación y personajes, promoción turística, desarrollo económico, historia, deportes, identidad, ferias comerciales, fechas cívicas.
- f) Los niveles y líneas de comunicación del periódico comunitario El Vocal sí refleja el cumplimiento de expectativas de la comunidad respecto a la responsabilidad social de este periódico pero en términos medios. Por el contrario el periódico Abdón Calderón ha cumplido de manera significativa su responsabilidad social y mutua, en beneficio de este sector de Portoviejo y Manabí, pues los años de servicios de trabajo así lo demuestran.
- g) Que las autoridades de los Gobiernos Autónomos Descentralizados en la categoría de parroquia, cantón y a nivel estatal poco

colaboran para que estos medios circulen de manera continua, y así desarrollar una comunicación de tipo comunitaria, que no buscan fines de lucros, sino orientar, educar e informar a la comunidad.

- h) Se nota que los lectores de estos medios en referencia, mantienen un nivel alto de aceptación y beneplácito respecto a la publicación y contenido de los medios comunitarios que se editan en favor de la comunidad que los acoge, a pesar de que no existe una periodicidad en cuanto a la circulación.
- i) Se pudo valorar que los periódicos comunitarios El Vocal y Abdón Calderón aportan al desarrollo social, educativo y cultural de estas comunidades permitiéndoles mantener un nivel alto de aceptación con la comunidad.
- j) Muchos de los habitantes de Calderón y Villamarina se mostraron estar de acuerdo con el estilo aplicado como medio de identificación patrimonial, es decir, con la condición o cualidad en que se presentan ante la sociedad que los cobija, donde se distribuye y se entrega, convirtiéndose en símbolo de pertenencia en los lugares donde se asientan.
- k) Los habitantes de estas comunidades leen los periódicos de manera íntegra al notar que en varios de los contenidos aparecen sitios turísticos y personas opinando sobre un determinado tema

que compete a los lugares donde viven, así como la presentación de reinas, eventos deportivos y sociales. Por lo tanto los periódicos tienen aceptación en la comunidad y para fortalecer esta aceptación hay que revisar contenidos, formatos y presentación para mejorar.

5.2.- Recomendaciones:

- a) A los directivos de los periódicos El Vocal y Abdón Calderón aplicar nuevas estrategias o técnicas periodísticas que permitan transformar la identidad del medio en nuevos íconos comunicativos, es decir que haya más fotografías, imágenes, colores, infografía y poco texto, aquello mejorará la calidad del producto y nivel de aceptación en la comunidad donde se desarrollan.

- b) Establecer convenios con los Gobiernos Autónomos Descentralizados locales y provinciales; así como Ministerio de Comunicación, para que los periódicos comunitarios rurales y urbanos tengan mayor apoyo, que no se pierdan, sino más bien se los vaya fortaleciendo editorialmente.

- c) Asumir programas de educación y sensibilización para que los jóvenes se identifiquen con los periódicos comunitarios, valoricen su labor y disminuyan el uso de las redes sociales.
- d) Establecer mecanismos de circulación de los periódicos comunitarios para que sea permanente; circulando de manera continua, en la categoría de semanal, quincenal, mensual, bimestral, no solamente en fechas cívicas y de aniversario parroquial, con un mayor tiraje. Aquello será vital para seguir dando a conocer la identidad, costumbres, educación y cultura de los pueblos que conforman la geografía manabita.
- e) Reorganizar y renovar la línea editorial tomando en cuenta lo que se promueve a través de la Ley Orgánica de Comunicación, se deben establecer como medios no sólo de la parroquia Calderón y de Villamarina en Manta, sino de la provincia, ayudando al desarrollo social de todas las comunidades donde se desenvuelven.
- f) Realizar trabajos de tipo investigativos no sólo con temas propios del lugar de origen del medio. Se necesitan periódicos comunitarios que contribuyan con sus responsabilidades éticas y sociales al desarrollo sociológico de Manabí. La misión y visión de ellos no es vender más, sino de hacer conocer la identidad de la gente, raíces, de lo que tienen, lo que piensan y desean para progresar.

- g) Replantear el nombre de la razón social del periódico Abdón Calderón, el nombre debe ser más afectivo, sin perder su identidad editorial y condición patrimonial de la parroquia Calderón.

CAPÍTULO VI

6.- PROPUESTA

6.1.- Título de la propuesta

Estrategia de marketing para posicionar a los periódicos comunitarios “El Vocal y Abdón Calderón” de la zona urbana y rural del cantón Jaramijó y la parroquia rural Abdón Calderón del cantón Portoviejo, respectivamente.

6.2.- Justificación

Los periódicos comunitarios son considerados como la herramienta y alternativa comunicacional e informativa para pueblos y comunidades donde el pensamiento y sentir del ciudadano común no llega en ser escuchado; es decir que no tiene acceso a opinar en los medios de circulación masiva de las grandes ciudades.

Los periódicos comunitarios a través de las informaciones y notas que se editan en su estructura publican hechos y acontecimientos de identidad, de cultura popular, el pensamiento de la gente sobre problemas que aquejan a su sector en procura de que la autoridad seccional plantee soluciones a los problemas de dotación de agua potable, electricidad, parques, los sitios y lugares turísticos, gastronomía, obras de infraestructura, opiniones, deportes, entrevistas, reportajes a líderes y dirigentes comunitarios y campesinos.

Los beneficiarios directos de la presente propuesta serán los habitantes de las comunidades Villamarina de Jaramijó y la parroquia Abdón

Calderón de Portoviejo, al recibir un producto comunicativo de calidad que le será de utilidad en su afán de consolidar un mejor progreso y bienestar para sus habitantes, como parte del plan del Buen Vivir.

6.3.- Fundamentación

La misión y visión de los medios de comunicación comunitarios está determinada dentro del marco normativo de la vigente Ley de Comunicación del Ecuador. Dentro de todo su articulado se decodifican una serie de preceptos que llevan a determinar su responsabilidad social con la comunidad donde se desenvuelven.

Entre los fines de los medios de comunicación comunitarios está la promoción de la pluralidad, diversidad, interculturalidad y plurinacionalidad. Todo este conjunto de mecanismos se resumen en los diversos géneros y notas informativas que se publican en los medios impresos comunitarios, resaltando la identidad, educación y cultura del lugar donde circula el medio comunitario.

El cumplimiento de preceptos y políticas comunicativas para los medios de la ley vigente de comunicación, sirve también para enmarcar y proponer el respeto y observancia de directivos y periodistas al bien común y parámetros normales de la Libertad de expresión.

6.4.- Objetivos

Objetivo general

Posicionar los periódicos comunitarios El Vocal y Abdón Calderón en la comunidad urbana y rural del cantón Jaramijó y la parroquia rural Abdón Calderón del cantón Portoviejo, a través de campañas de marketing.

Característica de la estrategia

- Dialogar con presidentes de los barrios y comunas del cantón Jaramijó y de Abdón Calderón del cantón Portoviejo para socializar la importancia de promover periódicos comunitarios que aporten al desarrollo social y cultural de la comunidad.
- Llegar a mayores consumidores potenciales a través de la venta de los periódicos comunitarios El Vocal y Abdón Calderón, en puntos de ventas estratégicos ubicados en sectores comerciales y de movilidad humana, tanto en Jaramijó como la parroquia Calderón.
- Promocionar la importancia de los periódicos comunitarios El Vocal y Abdón Calderón como un aporte al desarrollo social de las comunidades en escuelas, colegios, casas comunales y centros artesanales.
- Visitar los centros y ferias comerciales para dialogar con los dueños de negocios, y que ofrezcan bienes y servicios a través de

la publicidad en los periódicos comunitarios El Vocal y Abdón Calderón, para atraer potenciales lectores a los puntos de venta.

Requisitos para su aplicación

- Contar con la disposición de los presidentes de barrios y comunas del cantón Jaramijó y la parroquia Abdón Calderón para socializar la importancia de promover periódicos comunitarios que aporten al desarrollo social y cultural de la comunidad.
- Persuadir a los comerciantes y vendedores de periódicos para que ayuden en la promoción y circulación de los periódicos El Vocal y Abdón Calderón.
- Hacerle conocer a estudiantes de escuelas, colegios, casas comunales y centros artesanales la importancia de los periódicos comunitarios El Vocal y Abdón Calderón como un aporte al desarrollo social de las comunidades.
- Los dueños de negocios deben apoyar con la promoción de bienes y servicios a través de la publicidad en los periódicos comunitarios El Vocal y Abdón Calderón, para atraer nuevos clientes a los puntos de venta.

Objetivos específicos

- Gestionar ante las autoridades de los Gobiernos Autónomos Descentralizados del cantón Jaramijó y del cantón Portoviejo el apoyo económico, normativo y logístico para la aplicación de la propuesta.
- Seleccionar las estrategias comunicativas que permitan posicionar a los periódicos El Vocal y Abdón Calderón en la comunidad urbana y rural del cantón Jaramijó y la parroquia rural Abdón Calderón del cantón Portoviejo.
- Promocionar la importancia de los periódicos comunitarios El Vocal y Abdón Calderón como un aporte al desarrollo social de las comunidades.

A continuación se definen las actividades a desarrollar para cada objetivo estratégico y la metodología a seguir

Objetivo estratégico 1.	Actividades	Responsable	Fecha	Evaluación
Dialogar con presidentes de los barrios y comunas del cantón Jaramijó y de Abdón Calderón del cantón Portoviejo para socializar la importancia de promover periódicos comunitarios que	1.-Diseñar las técnicas del diálogo. 2-Aplicar el diagnóstico en el grupo. 3- Tabular los resultados del	Directivos de los periódicos comunitarios El Vocal y Abdón Calderón de Portoviejo. Directivos de los	Agosto 2015 Agosto 2015	A través de los resultados de la aplicación de las Técnicas de diálogo y su análisis en el grupo.

<p>aporten al desarrollo social y cultural de la comunidad.</p>	<p>diagnóstico.</p> <p>4- Realizar un taller en el grupo donde se den a conocer los resultados del diagnóstico.</p> <p>6- Discutir con el colectivo social las técnicas que se trabajarán con los periódicos comunitarios.</p>	<p>periódicos comunitarios El Vocal y Abdón Calderón de Portoviejo.</p> <p>Directivos de los periódicos comunitarios El Vocal y Abdón Calderón de Portoviejo.</p>	<p>Agosto 2015l</p> <p>Septiembre 2015</p>	<p>Informe de diagnóstico.</p> <p>Informe de diagnóstico.</p>
<p>Objetivo estratégico 2.</p>	<p>Actividades</p>	<p>Responsable</p>	<p>Fecha</p>	<p>Evaluación</p>
<p>Llegar a mayores consumidores potenciales a través de la venta de los periódicos comunitarios El Vocal y Abdón Calderón, en puntos de ventas estratégicos ubicados en sectores comerciales y de movilidad humana, tanto en Jaramijó como la parroquia Calderón.</p>	<p>1-Diseñar el ciclo de visitas a las personas que están en los puntos estratégicos en los sectores comerciales.</p> <p>2- Analizar con los directivos de los periódicos comunitarios las técnicas de diálogo con las personas que están en los</p>	<p>Directivos de los periódicos comunitarios El Vocal y Abdón Calderón de Portoviejo.</p>	<p>Septiembre 2015</p> <p>Septiembre 2015</p> <p>Septiembre 2015</p>	<p>Informe de diagnóstico.</p> <p>Intercambio de criterio sobre aceptación de periódicos en la comunidad.</p> <p>Valoración directriz al trabajo realizado por vendedores.</p>

	puntos de venta estratégicos. 3- Proponer en el grupo los temas de los talleres de capacitación en ventas.	Directivos de los periódicos comunitarios El Vocal y Abdón Calderón de Portoviejo.	Octubre 2015	Valoración directriz al trabajo realizado por vendedores.
Objetivo estratégico 3.	Actividades	Responsable	Fecha	Evaluación
Promocionar la importancia de los periódicos comunitarios El Vocal y Abdón Calderón como un aporte al desarrollo social y cultural de las comunidades en escuelas, colegios, casas comunales y centros artesanales.	Visitar por separado escuelas, colegios, casas comunales. Analizar en el colectivo estudiantil la importancia de los periódicos como soporte al desarrollo social de las comunidades. 2-Ofrece la oportunidad de crear la página estudiantil para los centros educativos que se visitan.	Directivos de los periódicos comunitarios El Vocal y Abdón Calderón de Portoviejo. Directivos de los periódicos comunitarios El Vocal y Abdón Calderón de Portoviejo.	Octubre 2015 Octubre 2015 Octubre 2015	Actividad demostrativa.

Objetivo estratégico 4.	Actividades	Responsable	Fecha	Evaluación
<p>Visitar los centros y ferias comerciales para dialogar con los dueños de negocios, y que ofrezcan bienes y servicios a través de la publicidad en los periódicos comunitarios El Vocal y Abdón Calderón, para atraer nuevos clientes a los puntos de venta.</p>	<p>Diseñar el ciclo de visitas a las personas que están en los centros y ferias comerciales y que ofrezcan bienes y servicios.</p>	<p>Directivos de los periódicos comunitarios El Vocal y Abdón Calderón de Portoviejo.</p>	<p>Octubre 2015</p>	<p>Valoración directriz al trabajo realizado por vendedores.</p>

6.5.- Importancia

La presente propuesta es importante porque pretende lograr lo siguiente:

- a) Promover acciones como parte de una estrategia de marketing para posicionar a los periódicos comunitarios El Vocal y Abdón Calderón de la zona urbana y rural del cantón Jaramijó y la parroquia rural Abdón Calderón del cantón Portoviejo.
- b) Promover mejoras para la publicación y circulación de los periódicos El Vocal y Abdón Calderón en la comunidad urbana y rural del cantón Jaramijó y la parroquia rural Abdón Calderón del cantón Portoviejo.

- c) Considerar tareas que permitan promocionar la importancia de los periódicos comunitarios El Vocal y Abdón Calderón como un aporte al desarrollo social y cultural de las comunidades.

6.6.- Ubicación sectorial

Los periódicos comunitarios El Vocal y Abdón Calderón del cantón Jaramijó y Portoviejo respectivamente tienen circulación de dos y quince años de edición respectivamente; con una población aproximada de 3.800 habitantes en Villamarina, cantón Jaramijó y 15.000 habitantes en la parroquia Calderón de Portoviejo.

6.7.- Factibilidad

La presente propuesta es posible en el área técnica, económica y operativa.

Factibilidad técnica: Se da a través de los medios de comunicación comunitario y los especialistas en periodismo y comunicación social.

Factibilidad económica; pues se cuenta con el apoyo económico y financiero de las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Abdón Calderón; misma que no cuenta con una partida presupuestaria establecida, pero que sin embargo existe el comprometimiento económico por parte de las autoridades con la finalidad de mantener al periódico Abdón Calderón como un medio alternativo de comunicación. Como parte de la autogestión.

Factibilidad operativa: Por cuanto se da en el uso de los medios de comunicación comunitarios de Villamarina y Abdón Calderón, lo cual garantiza la ejecución de la propuesta.

6.8.- Descripción de la propuesta

La propuesta es de carácter social y cultural, es aplicable a los periódicos El vocal del barrio Villamarina; así como de Abdón Calderón de la parroquia rural de Calderón de Portoviejo, con sus respectivas comunidades.

Marco jurídico

La Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador en la sección tercera se refiere a los medios de comunicación comunitarios en el artículo 85.- definición.- Los medios de comunicación comunitarios son aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u organizaciones sociales sin fines de lucro, a comunas, comunidades, pueblos, y nacionalidades.

Artículo 86.- Acción afirmativa.- El Estado implementará las políticas públicas que sean necesarias para la creación y el fortalecimiento de los medios de comunicación comunitarios como un mecanismo para promover la pluralidad, diversidad, interculturalidad y plurinacionalidad; tales como: crédito preferente para la conformación de medios comunitarios y la compra de equipos; exenciones de impuestos para la

importación de equipos para el funcionamiento de medios impresos, para las estaciones de radio y televisión comunitarias; acceso a capacitación para la gestión comunicativa, administrativa y técnica de los medios comunitarios.

La formulación de estas medidas de acción afirmativa en políticas públicas son responsabilidad del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación y su implementación estará a cargo de las entidades públicas que tengan competencias específicas en cada caso concreto.

El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación elaborará un informe anual acerca de las medidas de política pública adoptadas por el Estado, destinadas a la conformación o consolidación de los medios comunitarios; informe que será obligatoriamente publicado en su página web.

6.9.- Descripción de los beneficios

Directos:

- La comunidad, que en base a la circulación de estos medios lograrán informarse, y conocer los hechos sociales, políticos, culturales de su entorno.

Indirectos:

- Gobiernos Autónomos Descentralizados, los cuales lograrán un reconocimiento como autoridades, políticos y personas naturales que contribuyen al bienestar y buen vivir de la población.

6.10.- Plan de acción 2015

ACTIVIDADES	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE
Gestionar ante las autoridades de los Gobiernos Autónomos Descentralizados del cantón Jaramijó y del cantón Portoviejo el apoyo económico, normativo y logístico para la aplicación de la propuesta.				
Seleccionar las acciones comunicativas que permitan posicionar a los periódicos El Vocal y Abdón Calderón en la comunidad urbana y rural del cantón Jaramijó y la parroquia rural Abdón Calderón del cantón Portoviejo.				
Promocionar la importancia de los periódicos comunitarios El Vocal y Abdón Calderón como un aporte al desarrollo social de las comunidades.				
Realizar convivencias con la comunidad mediante charlas, talleres, juegos, y actos culturales para promocionar la importancia de la circulación de estos medios comunitarios				

6.11.- Administración

Está bajo la responsabilidad de las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Jaramijó y Portoviejo, y será dirigida por un especialista en periodismo comunitario.

6.12.- Financiamiento

Los recursos financieros para la ejecución de la propuesta serán solventados por las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Jaramijó y Portoviejo respectivamente.

6.13.- Presupuesto semestral (dos veces al año)

CANTIDAD	EQUIPO TÉCNICO	CANTIDAD UNIT.	CANTIDAD TOTAL
1500	Diagramación e impresión.	1500,00	8.000,00
1	Recolección de la información a través de entrevistas, reportajes, encuestas y análisis	100,00	100,00
3	Procesamiento de la información que consiste en redactar, editar y definir la presentación de géneros y noticias informativas.	120,00	360,00
1	Realizar convivencias con la comunidad mediante charlas, talleres, juegos, y actos culturales para promocionar la importancia de la circulación de estos medios comunitarios	300,00	300,00
	TOTAL		1.560,00

6.14.- Evaluación

La evaluación de la propuesta se lo hará mediante monitoreos semestrales sobre la ejecución y luego al finalizarla una evaluación global para verificar los resultados y su utilidad anual.

BIBLIOGRAFÍA

- ARTARAZ, M. 2002. Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible. Ecosistemas 2002/2 (URL: <http://www.aeet.org/ecosistemas/022/informe1.htm>); file:///C:/Users/Personal/Downloads/614-1158-1-SM.pdf
- ASAMBLEA NACIONAL DE ECUADOR. (2009, Diciembre 29). Un acuerdo ético – político para construir una ley de comunicación que garantice todos los derechos de la ciudadanía. Diario El Comercio. Quito. Pág. 7.
- BARDIN, Laurence, (2002) Análisis de contenido. Página 7, Madrid. [LIBRO] Análisis de contenido; L Bardin - 1991 - books.google.com
- BEJARANO, J. (2009), octubre 13). Ley de comunicación. Diario El Comercio. Quito. pág. 12.
- BERRIGAN J. Francés (1981), La comunicación comunitaria; cometido de los medios de comunicación comunitaria en el desarrollo, talleres UNESCO, páginas 7, 8; Paris Francia; <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001343/134355so.pdf>
- BORDENAVE, Juan D. (1976) "Communication and Rural Development", Paris, UNESCO.
- BORDENAVE, Juan D. (1976) "Communication and Rural Development", Paris, UNESCO.
- BRAVO CARRASCO Juan, (2009) Responsabilidad social, la nueva riqueza de las naciones, Inscripción N° 159744, I.S.B.N. 956-7604-13-4, ambos de enero de 2007, Derechos reservados, jbravo@vtr.net. Edición revisada y actualizada en mayo de 2009.
- CASTELL David, (2007) Otro concepto de desarrollo; David Castells es Licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad

Autónoma de Barcelona. Ha estudiado también en la Universidad de Los Andes en Bogotá. Es Diplomado en Relaciones Internacionales y Master en Estudios para el Desarrollo. Durante los últimos años ha investigado sobre la persistencia de la pobreza en Colombia. 2007, <http://www.eumed.net/ce/2007b/dc-0711.htm?iframe=true&width=95%&height=95%>

- CIESPAL. (2011) Comunicación participativa para el desarrollo, artículo: primeros medios comunitarios en el Ecuador, <https://tucomunidadinfo.wordpress.com/tag/com-comunitaria/>
- CONSORCIO ECUATORIANO PARA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL. (2014); <http://www.redceres.org/nuestro-trabajo/red-de-periodistas-esponsables/>.
- DOMÍNGUEZ José Ignacio , (2005) Papel de los medios de comunicación;
<http://www.gestiopolis.com/Canales4/mkt/papelmedio.htm>
- DORNELLES Beatriz, (2008), Divergencias conceptuales en torno de la comunicación popular y comunitaria en América Latina; Pág. 101, 102. Ecos de la comunicación. Año 1, no. 1, Revista Académica del Instituto de Comunicación Social. Periodismo y Publicidad de la Pontificia Universidad Católica Argentina; <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/ecos1.pdf#page=98>
- DUBOIS Alfonso (2006) Importancia de la comunicación comunitaria, publicación campos económico.wordpress.com.
- DUBOIS, Alfonso, (2006), Un concepto de desarrollo para el siglo XXI,
<http://www.umanizales.edu.co/publicaciones/campos/economicas/lumina1/html/8/concepdesar.pdf>
- Felipe Pena de Oliveira - 2006 - Language Arts. & Disciplines

- FERRER, Argelia (2002). Periodismo científico y desarrollo: una mirada desde América Latina. Tesis doctoral.
- FUNDACIÓN EL UNIVERSO DE GUAYAQUIL. (2013) Reunión Periódicos Populares de América Latina/ SI. Stella Martini. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LOS DIARIOS POPULARES. Periodismo y opinión pública.
- GARRIDO Andrés (2012) MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIOS Y ALTERNATIVOS: ¿LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL IMPOSIBLE?; páginas 3, 4; 2012; <http://andresgarrido.com/wp-content/uploads/2012/10/Medios-alternativos-y-comunitarios-C2%BFLa-transformaci%C3%B3n-social-imposible-A.-Garrido.pdf>.
- Gestión en comunicación: investigación aplicada, extensión y servicios. (2013), Foro ciudadano: Ley de comunicación, Windows internet, Explorer.24/05/2013.
- GODED, Jaime (1985) 100 Puntos Sobre la Comunicación de Masas en México. Juan Pablos, México, p. 157.
- http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/gutierrez_b_b_p/capitulo1.pdf
- <http://www.jorgeoyhenard.com/>, (2009) los-medios-de-comunicacion-convencionales-no-comunican/942/
- Janowitz, M, M, M. (1952) "The Community Press in an Urban Setting; citado por Denis McQuail en Sociología de los Medios Masivos de Comunicación. Traducción de Silvia Kutnowsky. Paidós, Buenos Aires, 1972, p. 14.
- LAMB Charles, HAIR Joseph, CARL McDaniel (2006); Marketing. Octava edición; Internacional Thompson editores, pág. 484. Documento de referencia: Iván Thompson, definición de

comunicación, 2008,
<http://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html>

- MERCADER, Antonio. (2004) Cultura y medios masivos; Revista de cultura. Pensar Iberoamérica, Número 5 - enero – abril, <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric05a00.htm>.
- ONGALLO Carlos, (2007), Manual de comunicación, <http://www.galeon.com/anacoello/parte1lib3.pdf>
- ONU, Desarrollo humano según la ONU, (2012), <http://es.slideshare.net/crestant/desarrollo-humano-segun-la-onu>.
- Postic M. y De Ketele. J.M: Observar las situaciones educativas. Ediciones E.D. Narcea, Paris 1998.
- PENA DE OLIVEIRA Felipe. (2006) Teoria del periodismo, página 195, primera edición castellana electrónica, 2009, Sevilla España. <https://books.google.es/books?isbn=8496082296>
- PORTILLO Jacinto Lajas, (2012), Community media: A Good Practice Handbook; <http://www.periodismociudadano.com/2012/02/04/unesco-publica-un-manual-de-buenas-practicas-para-medios-comunitarios/>
- R. HERNÁNDEZ, C. FERNÁNDEZ, P. BAPTISTA: (2010) Metodología de la investigación, 5ta. Edición.
- ROMERO Charilin y CÁCERES Ana, (2008) Los medios comunitarios no son coyunturales; <http://www.aporrea.org/medios/a48858.html>
- SEN Amartya. (1998), Concepto de desarrollo humano; profesor de la Universidad de Harvard, Premio Nóbel de economía,

<http://www.desarrollohumano.org.gt/content/%C2%BFque-es-desarrollo-humano>

- STANTON, William, ETZEL Michael, WALKER Bruce. McGRAW-Hill, (2007), Fundamentos de marketing, decimocuarta edición, interamericana, pág. 511.
- www.laflecha.net/canales/comunicacion/noticias/2004/01201.

ANEXOS

ANEXO # 1



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ



CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO, INVESTIGACIÓN, RELACIONES Y COOPERACIÓN INTERNACIONAL, CEPIRCI.

Encuesta dirigida a la comunidad de la parroquia rural de Abdón Calderón, del cantón Portoviejo, provincia de Manabí.

Objetivo: Recabar información con relación a analizar la comunicación como herramienta de desarrollo social. Análisis comparativo de contenidos de los periódicos comunitarios Abdón Calderón y El Vocal con los medios convencionales de Manabí, año 2013.

NOTA: Ruego a usted proporcionar los datos verdaderos y con letra clara.

Datos Generales:

Edad:.....

Fecha:.....

Lugar de residencia:.....

Lugar de trabajo:.....

Ocupación:.....

Sexo Femenino () Masculino ()

Le comunicamos que la información que usted proporcione tiene el carácter confidencial.

Señale con una “X” en el casillero que corresponda su respuesta.

1. ¿Considera usted que la comunicación es una herramienta de desarrollo social?

Sí No

2. ¿De acuerdo a su criterio usted identifica los contenidos que aparecen en los medios convencionales de Manabí?

Mucho Poco Nada

3. ¿Cree usted que los contenidos de los periódicos comunitario Abdón Calderón y El Vocal aportan a la educación y orientación de la comunidad?

Positivo Negativo Nada

4. ¿En su opinión considera que hay que diseñar una estrategia para posicionar a los periódicos en la comunidad urbana y rural?

Alto Medio Bajo

5. ¿Desde su punto de vista señale cuáles son las crónicas que publican los periódicos Abdón Calderón y El Vocal en las comunidades rurales y urbanas de Abdón Calderón de Portoviejo y Manta?

Editorial	<input type="checkbox"/>	Columna de opinión	<input type="checkbox"/>
Noticias	<input type="checkbox"/>	Reportajes	<input type="checkbox"/>
Entrevistas	<input type="checkbox"/>	Crónicas periodísticas	<input type="checkbox"/>
Fotoperiodismo	<input type="checkbox"/>	Testimonio periodístico	<input type="checkbox"/>

6. ¿Cuál es la situación actual de la prensa comunitaria en la parroquia rural de Abdón Calderón y urbana de Manta?

Muy buena Buena Regular

7. ¿Cree usted que las autoridades respectivas, brindan apoyo para la publicación permanente de estos medios que contribuyen en educar, orientar, e informar a la comunidad sobre los hechos y vida de la población?

Siempre A veces Nunca

8. ¿Piensa usted que la actitud de los lectores de estas comunidades frente a la prensa comunitaria es?

Positiva Negativa Nada

9. ¿De acuerdo a su criterio los contenidos de los medios comunitarios son un verdadero aporte al desarrollo de las comunidades urbanas y rurales, en donde circula este medio?

Alto Medio Bajo

10. ¿Está de acuerdo con el estilo periodístico que aplican estos medios patrimoniales de comunicación?

Si No No sabe

GRACIAS POR SU GENTILEZA



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ



CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO,
INVESTIGACIÓN, RELACIONES Y
COOPERACIÓN INTERNACIONAL, CEPIRCI.

Entrevista dirigida a las autoridades de la parroquia rural de Abdón Calderón, del cantón Portoviejo; y del barrio Villamarina de Manta, provincia de Manabí.

Objetivo: Recabar información con relación a analizar la comunicación como herramienta de desarrollo social. Análisis comparativo de contenidos de los periódicos comunitarios Abdón Calderón y El Vocal con los medios convencionales de Manabí, año 2013.

NOTA: Ruego a usted proporcionar los datos verdaderos y con letra clara.

Datos Generales:

Edad:.....
Fecha:.....
Lugar de residencia:.....
Lugar de trabajo:.....
Ocupación:.....
Sexo Femenino () Masculino ()

Le comunicamos que la información que usted proporcione tiene el carácter confidencial.

- 1. ¿Expresa su opinión sobre el estudio de la comunicación como herramienta de desarrollo social?**
- 2. ¿De acuerdo a su criterio usted identifica los contenidos que aparecen en los medios convencionales de Manabí?**
- 3. ¿Considera usted que los contenidos de los periódicos comunitario Abdón Calderón y El Vocal aportan a la educación y orientación de la comunidad?**
- 4. ¿En su opinión considera que hay que diseñar una estrategia para posicionar a los periódicos en la comunidad urbana y rural?**

ANEXO # 2



UNIVERSIDAD LAICA
“ELOY ALFARO” DE MANABÍ



**CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO, INVESTIGACIÓN,
RELACIONES Y COOPERACIÓN INTERNACIONAL, CEPIRCI.**

**Encuesta dirigida a la comunidad de Villamarina, cantón Manta,
provincia de Manabí.**

Objetivo: Recabar información con relación a analizar la comunicación como herramienta de desarrollo social. Análisis comparativo de contenidos de los periódicos comunitarios Abdón Calderón y El Vocal con los medios convencionales de Manabí, año 2013.

NOTA: Ruego a usted proporcionar los datos verdaderos y con letra clara.

Datos Generales:

Edad:.....

Fecha:.....

Lugar de residencia:.....

Lugar de trabajo:.....

Ocupación:.....

Sexo Femenino () Masculino ()

Le comunicamos que la información que usted proporcione tiene el carácter confidencial.

Señale con una “X” en el casillero que corresponda su respuesta.

1. ¿Considera usted que la comunicación es una herramienta de desarrollo social, en su comunidad?

Sí N

2. ¿De acuerdo a su criterio usted identifica contenidos de tipo cultural y social que aparecen en los medios convencionales de Manabí?

Mucho Poco Nada

3. ¿Cree usted que los contenidos de los periódicos comunitarios Abdón Calderón y El Vocal aportan a la educación y orientación de la comunidad?

Si No A veces

4. ¿En su opinión considera que hay que diseñar una estrategia de comunicación para posicionar a los periódicos en la comunidad urbana y rural?

Si No

5. ¿Desde su punto de vista, señale cuáles son las crónicas que publica el periódico El Vocal en la comunidad de Villamarina de Manta?

Cultura	<input type="checkbox"/>	Historia	<input type="checkbox"/>
Educación	<input type="checkbox"/>	Turismo	<input type="checkbox"/>
Personajes	<input type="checkbox"/>	Desarrollo económico	<input type="checkbox"/>
Personajes	<input type="checkbox"/>	Mejoras comunidad	<input type="checkbox"/>

6. ¿Cuál es la situación actual de la prensa comunitaria en la comunidad de Villamarina, respecto al desarrollo social?

Muy buena Buena Regular

7. ¿Cree usted que las autoridades respectivas, brindan apoyo para la publicación permanente de estos medios que contribuyen en educar, orientar, e informar sobre los hechos y vida de la comunidad?

Siempre A veces Nunca

8. ¿Piensa usted que la actitud de los lectores de su comunidad frente a la prensa comunitaria es?

Muy aceptada Aceptada Poca aceptada

9. ¿De acuerdo a su criterio los contenidos de los medios comunitarios, en qué nivel aportan al desarrollo social de la comunidad Villamarina?

Alto Medio Bajo

10. ¿Está de acuerdo con el estilo periodístico que aplica el periódico El Vocal, como medio patrimonial de comunicación?

Si No No contesta

GRACIAS POR SU GENTILEZA



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ



CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO, INVESTIGACIÓN, RELACIONES Y COOPERACIÓN INTERNACIONAL, CEPIRCI.

Entrevista dirigida a las autoridades de la comunidad de Villamarina, del cantón Manta.

Objetivo: Recabar información con relación a analizar la comunicación como herramienta de desarrollo social. Análisis comparativo de contenidos de los periódicos comunitarios Abdón Calderón y El Vocal con los medios convencionales de Manabí, año 2013.

NOTA: Ruego a usted proporcionar los datos verdaderos y con letra clara.

Datos Generales:

Edad:.....

Fecha:.....

Lugar de residencia:.....

Lugar de trabajo:.....

Ocupación:.....

Sexo Femenino () Masculino ()

Le comunicamos que la información que usted proporcione tiene el carácter confidencial.

- 1. ¿Expresa su opinión sobre el estudio de la comunicación como herramienta de desarrollo social a través del periódico El Vocal?**
- 2. ¿De acuerdo a su criterio qué tipos de contenidos que se difunden, identifica en el medio antes referido?**
- 3. ¿Considera usted que los contenidos del periódico comunitario El Vocal aporta a la educación y orientación de la comunidad?**
- 4. ¿En su opinión considera que hay que diseñar una estrategia para posicionar a los periódicos en la comunidad urbana y rural, en relación con el desarrollo social de la comunidad?**



UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO" DE MANABÍ



**CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO, INVESTIGACIÓN,
RELACIONES Y COOPERACIÓN INTERNACIONAL, CEPIRCI.**

Encuesta dirigida a estudiantes de los colegios secundarios de la parroquia rural de Abdón Calderón, del cantón Portoviejo, provincia de Manabí.

Objetivo: Recabar información con relación a analizar la comunicación como herramienta de desarrollo social. Análisis comparativo de contenidos de los periódicos comunitarios Abdón Calderón y El Vocal con los medios convencionales de Manabí, año 2013.

1. ¿Ha leído usted alguna vez el periódico Abdón Calderón?

a) Sí b) No c) A veces

2. ¿Usted identifica los contenidos que publica el periódico Abdón Calderón de la parroquia del mismo nombre?

a) Mucho b) Poco c) Nada

3. ¿De qué manera verifica usted los contenidos del periódico comunitario Abdón Calderón?

a) Historia	<input type="checkbox"/>	b) Cultura	<input type="checkbox"/>
c) Identidad	<input type="checkbox"/>	d) Gastronomía	<input type="checkbox"/>
e) Deportes	<input type="checkbox"/>	f) Feria comercial	<input type="checkbox"/>
g) Personajes	<input type="checkbox"/>	h) Educación	<input type="checkbox"/>

4. ¿Le gusta la estructura de presentación que tiene el periódico Abdón Calderón?

a) Muy buena b) Buena c) Regular

5. ¿Considera usted que el periódico es un aporte al desarrollo y educación de la comunidad calderonense?

a) Alto b) Medio c) Bajo

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ



**CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO, INVESTIGACIÓN,
RELACIONES Y COOPERACIÓN INTERNACIONAL, CEPIRCI.**

**Encuesta dirigida a los comerciantes de la parroquia rural de Abdón
Calderón, del cantón Portoviejo, provincia de Manabí.**

Objetivo: Recabar información con relación a analizar la comunicación como herramienta de desarrollo social. Análisis comparativo de contenidos de los periódicos comunitarios Abdón Calderón y El Vocal con los medios convencionales de Manabí, año 2013.

1. ¿Ha leído usted alguna vez el periódico Abdón Calderón?

a) Sí b) No c) A veces

2. ¿Usted identifica los contenidos que publica el periódico Abdón Calderón de la parroquia del mismo nombre?

a) Mucho b) Poco c) Nada

3. ¿De qué manera verifica usted los contenidos del periódico comunitario Abdón Calderón?

a) Historia b) Feria comercial
c) Turismo d) Gastronomía
e) Personajes f) Negocios

4. ¿Le gusta la estructura que presenta a sus lectores el periódico Abdón Calderón?

a) Muy buena b) Buena c) Regular

5. ¿Considera usted que el periódico aporta al desarrollo económico y social de la comunidad calderonense?

a) Alto b) Medio c) Bajo

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO" DE MANABÍ



**CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO, INVESTIGACIÓN,
RELACIONES Y COOPERACIÓN INTERNACIONAL, CEPIRCI.**

Encuesta dirigida a los profesores de escuelas y colegios de la parroquia rural de Abdón Calderón, del cantón Portoviejo, provincia de Manabí.

Objetivo: Recabar información con relación a analizar la comunicación como herramienta de desarrollo social. Análisis comparativo de contenidos de los periódicos comunitarios Abdón Calderón y El Vocal con los medios convencionales de Manabí, año 2013.

1. ¿Considera usted que la comunicación es una herramienta de desarrollo social?

a) Sí b) No

2. ¿Usted identifica los contenidos que publica el periódico Abdón Calderón y su aporte a la educación y orientación de la comunidad?

a) Mucho b) Poco c) Nada

3. ¿De qué manera verifica usted los contenidos del periódico comunitario Abdón Calderón?

a) Historia	<input type="checkbox"/>	b) Cultura	<input type="checkbox"/>
c) Identidad	<input type="checkbox"/>	d) Gastronomía	<input type="checkbox"/>
e) Deportes	<input type="checkbox"/>	f) Feria comercial	<input type="checkbox"/>
g) Personajes	<input type="checkbox"/>	h) Educación	<input type="checkbox"/>

4. ¿De acuerdo a su criterio los periódicos comunitarios constituyen una herramienta de desarrollo social en Manabí?

a) Muy importante b) Importante c) Poco importante

5. ¿Considera usted que el periódico Abdón Calderón necesita de una estrategia comunicacional para fortalecer los contenidos periodísticos de este medio de comunicación?

a) Alto b) Medio c) Bajo

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO # 3

ENTREVISTAS

ENTREVISTA # 1

NOMBRE: Juan Farías Alcívar.

FUNCIÓN: Presidente.

INSTITUCIÓN: Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia rural de Abdón Calderón de Portoviejo.

1. ¿Expresar su opinión sobre el estudio de la comunicación como herramienta de desarrollo social a través del periódico Abdón Calderón?

Es fundamental, atrás quedaron criterios dados por muchos especialistas sobre lo qué es la comunicación y sus diferentes formas de comunicar entre los seres humanos. Hoy en día con el advenimiento de las tecnologías de la información y comunicación la comunicación en sí es un solo criterio, es decir específica y universal. Por lo tanto con tantos ejemplos que actualmente se ven la comunicación es una herramienta poderosa que incide permanentemente en el desarrollo de los pueblos, y en el caso de Calderón el periódico comunitario se direcciona por ese lado apoyando los procesos de bienestar que tanto necesitamos para salir hacia un desarrollo integral.

Debo expresar que quienes realizan este tipo de trabajo conocen más las necesidades, las falencias y problemas que tienen que tiene la parroquia rural Abdón Calderón, de igual manera hacen conocer las mismas a la

opinión pública para que se vayan preparando y no caigamos en el mismo error repetitivo en los errores que tenemos a diario.

2. ¿De acuerdo a su criterio qué tipos de contenidos que se difunden, identifica en el medio antes referido?

Las reseñas históricas de Calderón que sobre todo muchos jóvenes desconocen de nuestra parroquia, los temas turísticos que están muy en onda en los últimos años por la fortaleza que le ha dado el Gobierno Nacional, usted sabe que es la primera fortaleza en el tema económico, yo diría que es el tema turístico de Calderón.

3. ¿Considera usted que los contenidos del periódico comunitario Abdón Calderón aportan a la educación y orientación de la comunidad?

Por supuesto que sí, el tema de educación por lo que expresaba de las fechas históricas, para que los estudiantes vayan conociendo de las bondades que brinda Calderón, por supuesto en el tema de cultura, deportes, problemas sociales, testimonios de personajes, gastronomía, en este último mucha gente el periódico lo han llevado hacia otros lugares como siempre para que se conozca de los beneficios que brinda Calderón en la elaboración de platos típicos y sobre todo de la famosa morcilla que es lo que identifica a la parroquia desde ahí hacia Manabí y el país.

4. ¿En su opinión considera que hay que diseñar una estrategia para posicionar a los periódicos en la comunidad urbana y rural, en relación con el desarrollo social de la comunidad?

Considerar que diseñar estrategias podría ser para que captaran más la presencia del periódico, pero sobre todo dirigirlo hacia la lectura de los jóvenes más que todo bien o mal a veces se dedican a lo que es

facebook, redes sociales, periódicos virtuales, diría que esas estrategias comunicacionales deberían enfatizarse a ese sector, los jóvenes.

ENTREVISTA # 2

NOMBRE: Carlos Basurto Carreño.

FUNCIÓN: Vicepresidente.

INSTITUCIÓN: Gobierno Autónomo Descentralizado de Calderón.

1. ¿Expresa su opinión sobre el estudio de la comunicación como herramienta de desarrollo social a través del periódico Abdón Calderón?

La comunicación cumple un rol importante como herramienta de desarrollo de los pueblos del mundo, gracias a ella los seres humanos han podido proyectar conocimientos, identidades y saberes de sus gente y países, muchas de estas proyecciones se han reflejado a través de los medios de comunicación y en el caso de la parroquia Abdón Calderón, es lo que está ocurriendo con el periódico que se publica aquí, está contribuyendo con desarrollo porque esta es una comunidad rural que lucha permanentemente contra el olvido de autoridades seccionales y estatales. Entonces reiteramos que por medio de la comunicación la comunidad se entera de todo lo que está pasando, es una buena idea lo del periódico.

2. ¿De acuerdo a su criterio qué tipos de contenidos que se difunden, identifica en el medio antes referido?

El periódico resalta en sus notas todo lo que pasa en la vida cotidiana y lo que ocurre en nuestro querido Calderón, turismo, gastronomía, identidad,

deportes, personajes, desarrollo vial, historia, entre otros aspectos relacionados solo a la parroquia.

3. ¿Considera usted que los contenidos del periódico comunitario Abdón Calderón aporta a la educación y orientación de la comunidad?

Por supuesto, el periódico contribuye a la educación y orientación de la comunidad, y de ello la misma ciudadanía está consciente y lo acepta cuando se publica. Es decir que sus contenidos están dirigidos hacia esos puntos, educar y orientar, sino hubiera sido encaminado así tal vez el periódico no tuviera aceptación en la comunidad.

4. ¿En su opinión considera que hay que diseñar una estrategia para posicionar a los periódicos en la comunidad urbana y rural, en relación con el desarrollo social de la comunidad?

Claro que sí, la estrategia debe estar orientado primero en que sea permanente, no solo salir en fechas especiales, sino continuo, luego mejorar un poco la diagramación, debe tener apoyo tanto de autoridades como de empresas, de esta manera habrá mayor tiraje y llegará también a otros puntos tanto de la parroquia como de la geografía manabita.

De esta manera no solo la ciudadanía de Calderón estará al tanto de lo que ocurre internamente sino de acontecimientos comunitarios que tengan interés para nuestra gente y de hechos como acontecimientos que ocurren en su contexto.

ENTREVISTA # 3

NOMBRE: Ing. Monserrate Cedeño.

FUNCIÓN: Vocal principal.

INSTITUCIÓN: Gobierno Autónomo Descentralizado de Calderón.

1. ¿Expresa su opinión sobre el estudio de la comunicación como herramienta de desarrollo social a través del periódico Abdón Calderón?

Toda actividad en la vida nace por medio de la comunicación, este proceso natural ha permitido que a lo largo de la historia los seres humanos puedan interactuar entre sí de una mejor manera, claro que dentro de este transcurso los hombres pudieron consolidar el lenguaje como la forma o representación para que haya un entendimiento mutuo, hoy vemos que gracias a aquello la comunicación como ciencia y actividad normal ha permitido romper barreras para que los seres humanos actúen no solo entre uno y otro presencialmente, sino desde un lugar a otro sin importar las distancias.

De tal manera que el logro que tiene la comunicación como herramienta de desarrollo social se entrelaza con los postulados del periódico Abdón Calderón es importante porque es una herramienta que está ayudando a difundir el desarrollo, económico y social de la parroquia, en difundir todo lo que son obras que realiza el GAD parroquial. Hay que recalcar que si tenemos un medio de comunicación nos ayudará a difundir todo lo que se hace y está por hacerse; y que todas las personas de Portoviejo y Manabí conozcan lo que tenemos.

2. ¿De acuerdo a su criterio qué tipos de contenidos que se difunden, identifica en el medio antes referido?

Se identifica mucho al medio nuestro, es decir al montubio en su caballo, el turismo, las obras sociales que se hacen en el plano social, infraestructura, personajes, economía, gastronomía y todo el desarrollo en bienestar de la parroquia Calderón.

3. ¿Considera usted que los contenidos del periódico comunitario Abdón Calderón aporta a la educación y orientación de la comunidad?

Por supuesto, los diversos contenidos están dirigidos en ese sentido, la ciudadanía observa y acoge la política editorial porque aquello se refleja en la realidad de la vida parroquial, es satisfactorio y esperamos que esa orientación siga de esa manera, haciendo un periodismo responsable y auténtico que señale como ganadores a la población en sus diversas aspiraciones humanas y sociales.

4. ¿En su opinión considera que hay que diseñar una estrategia para posicionar a los periódicos en la comunidad urbana y rural, en relación con el desarrollo social de la comunidad?

Cada día hay que ir mejorando, creo que si hay la oportunidad de hacerlo sería importante. Tales como la continuidad de su publicación, mejorar la presentación, tal vez acortar un poco el nombre como razón social, pero en todo caso si sería factible que haya apoyo de las autoridades seccionales y estatales para determinar un proceso de mayor difusión periodística involucrando a la parroquia de manera integral.

ENTREVISTA # 4

NOMBRE: Juan Carlos Suárez Vincés.

FUNCIÓN: Vocal principal.

INSTITUCIÓN: Gobierno Autónomo Descentralizado de Calderón.

1. ¿Exprese su opinión sobre el estudio de la comunicación como herramienta de desarrollo social a través del periódico Abdón Calderón?

La comunicación es en este caso el mandato que predomina sobre las acciones que realizan todos los seres humanos en diversas circunstancias de la vida humana. Por ello al señalar que la comunicación es una herramienta de desarrollo social, decimos claro que sí, porque el periódico que circula en la parroquia es un instrumento de ello, que nace en sí mismo de la comunicación, es un icono que debería de incrementarse aparte de las pequeñas que nos dan el 11 de diciembre, es decir, implementarse paulatinamente para que Calderón así mismo pueda entender que la comunicación hoy en día es parte esencial de nuestras vidas.

2. ¿De acuerdo a su criterio qué tipos de contenidos que se difunden, identifica en el medio antes referido?

Identifica realmente en todo, es decir se publican noticias que tienen que ver en torno a las administraciones que se están dando a través de los Gobiernos Autónomos Descentralizados parroquiales, concejos

municipales, tenencias políticas, todo lo que tenga que ver en cuestiones de dependencias gubernamentales, así como la vida de sus habitantes, gastronomía, cultura, educación, deportes, entre otros temas de interés social para todos.

3. ¿Considera usted que los contenidos del periódico comunitario Abdón Calderón aportan a la educación y orientación de la comunidad?

Por supuesto que sí, porque es lo único que a nosotros nos incentiva cuando viene el 11 de diciembre para saber que es lo que opina la gente y de quienes estamos al frente del mandato, u otra fecha especial, pero la semilla está sembrada y germinando frutos educativos y de orientación para que la gente mire diferente lo que se hace y lo que tienen pensado hacer por esta exuberante parroquia rural, que tiene mucho por dar no solo para Portoviejo, sino para Manabí y el país.

4. ¿En su opinión considera que hay que diseñar una estrategia para posicionar a los periódicos en la comunidad urbana y rural, en relación con el desarrollo social de la comunidad?

Así es, deberíamos implementar inmediatamente alguna acción que posicione directamente a estos periódicos dentro del ámbito urbano y rural, que su circulación no sea solo para fechas de creación civil y administrativa, sino de manera permanente y que la gente vea que Calderón tiene un medio de comunicación comunitario que publica eventos y acciones que los medios externos no lo hacen ni lo harán.

ENTREVISTA # 5

NOMBRE: Econ. Blanca Azucena Cevallos Zamora.

FUNCIÓN: Vocal principal.

INSTITUCIÓN: Gobierno Autónomo Descentralizado de Calderón.

1. ¿Expresa su opinión sobre el estudio de la comunicación como herramienta de desarrollo social a través del periódico Abdón Calderón?

Desde mi punto de vista Calderón ha crecido y necesita también su propio periódico para que se pueda ver externamente mejor el desarrollo que nuestra comunidad ha venido teniendo durante todo este proceso, por ello la presencia del medio de comunicación no debe tomárselo como un hecho aislado, sino que es producto de ese querer hacer que tienen los seres humanos, imbuidos por ese carácter de comunicar, informar lo que hace una persona, una ciudad, un pueblo; y la parroquia Calderón cuenta con una importante herramienta de desarrollo social, como lo es el periódico Abdón Calderón.

2. ¿De acuerdo a su criterio qué tipos de contenidos que se difunden, identifica en el medio antes referido?

En primer lugar el turismo puesto que Calderón es un lugar lleno de exuberancia y recursos geográficos que merecen ser promocionados, después la gastronomía con la promoción de la morcilla, identidad, cultura, deportes, sociales, personajes; usted puede ver que esa es una forma de hacer ver que con el periódico se puede llegar a mucho con la parroquia Calderón ante Manabí y el país.

3. ¿Considera usted que los contenidos del periódico comunitario Abdón Calderón aportan a la educación y orientación de la comunidad?

Claro que sí porque a través de este medio vamos a hacer llegar a muchos pobladores. Especialmente los padres de familia, el medio en que vivimos, podemos lograr que a ellos lleven el mensaje que necesita la juventud, especialmente en la educación, social y comunicativo, considero que es tan necesario, esa es la oportunidad que hoy tenemos, como usted que está realizando este medio es para que Calderón crezca como una verdadera parroquia con progreso y bienestar.

4. ¿En su opinión considera que hay que diseñar una estrategia para posicionar a los periódicos en la comunidad urbana y rural, en relación con el desarrollo social de la comunidad?

Mi opinión es que se necesita crecer y es un medio que lo está permitiendo, considero que la estrategia debería ser para que tenga continuidad, lo necesitamos no solamente para las fechas cívicas, sino en todo momento que acompañe los procesos de desarrollo que Calderón tiene en mente hacerlo y con el apoyo de las autoridades seccionales y provinciales.

ENTREVISTA # 6

NOMBRE: Patricio Roca Cedeño.

FUNCIÓN: Concejel rural de Calderón.

INSTITUCIÓN: Gobierno Autónomo Descentralizado de Portoviejo.

1. ¿Expresé su opinión sobre el estudio de la comunicación como herramienta de desarrollo social a través del periódico Abdón Calderón?

Realmente considero que ha sido un aporte muy importante a nivel social, cultural, a nivel de desarrollo como persona, talento humano que ha hecho el periódico Abdón Calderón durante varios años, en la última década que ha circulado, sobre todo dando conmemoración a las fiestas de creación de la parroquia, lo felicitamos porque realmente ha sido un aporte humano, hemos visto todos los que hemos nacido y vivido en la parroquia Calderón, porque no se puede hablar de aporte de otra naturaleza, porque es un medio que incluso circula gratuitamente para todos los calderonenses y quienes nos visitan el día de la fiesta.

2. ¿De acuerdo a su criterio qué tipos de contenidos que se difunden, identifica en el medio antes referido?

Creo que es la unidad, el socializar proyectos que van en beneficio de la comunidad, que beneficien a todos los ciudadanos que muchas de las veces esperan esta fecha para leer el periódico y enterarse realmente cuales son los beneficios a obtener dentro de la comunidad con temas de la salud, de higiene, Bienestar social y, en temas de desarrollo de la parroquia.

3. ¿Considera usted que los contenidos del periódico comunitario Abdón Calderón aporta a la educación y orientación de la comunidad?

Por supuesto que sí, es un periódico que incluso circula en las fechas de parroquialización he visto y, he sido testigo de cómo toman el periódico dentro de las unidades educativas de la parroquia durante todo el año para hacerle lectura a los niños y jóvenes que están estudiando porque es

un medio de comunicación muy educativo y cultural, sobre todo comunitario.

4. ¿En su opinión considera que hay que diseñar una estrategia para posicionar a los periódicos en la comunidad urbana y rural, en relación con el desarrollo social de la comunidad?

Claro, en este caso como calderonense aspiro que el periódico Abdón Calderón no solamente circule en las fechas conmemorativas, si es posible una vez al mes, semanal, quincenal, pero tenemos que fortalecerlo. Como autoridad del cantón Portoviejo, habitante de la parroquia Calderón, mi compromiso también es aportar con un granito de arena para hacer posible el fortalecimiento institucional del periódico.

ENTREVISTA # 7

NOMBRE: Jairo Barreiro Vélez.

FUNCIÓN: Director fundador

INSTITUCIÓN: Periódico El Vocal de Villamarina, Jaramijó.

1. ¿Exprese su opinión sobre el estudio de la comunicación como herramienta de desarrollo social a través del periódico El Vocal?

Con respecto a lo que es el periódico, aportando al desarrollo sí, porque justamente el tema fue, de que ese periódico sirviera de un puente entre instituciones y comunidad. Entonces la mayor parte de lo que trataba el tema habían de temas sociales, comunitarios, de las necesidades que tenía el sector.

Netamente se enfocaba en eso, la mayoría de los temas los hacíamos en base a las necesidades, nos decían hay problemas de calles, lo que es servicios básicos, entonces de esa manera sacábamos el periódico, relacionado a esto y ahí lo distribuíamos en todas las oficinas de las instituciones públicas, por eso lo llamábamos como un puente entre comunidad e instituciones, por eso es una herramienta importante para el desarrollo de la comunidad, eso en cuanto al periódico comunitario El Vocal, eso es lo que hicimos desde un principio.

2. ¿De acuerdo a su criterio qué tipos de contenidos que se difunden, identifica en el medio antes referido?

Temas comunitarios, que engloban notas humanas, sociales, notas que nacían de ahí mismo por eso eran temas extraídos del mismo sentir ciudadano, por pedido de ellos mismos nos aportaban y a la vez la pauta de qué difundir, todos son todos eran relacionados, pueden haber temas generales, de política pero relacionado al sector, por eso lo hicimos de esa manera, netamente comunitario.

3. ¿Considera usted que los contenidos del periódico comunitario El Vocal aporta a la educación y orientación de la comunidad?

Sí, porque justamente el periódico era eso, lo habíamos dividido en temas o todos los periódicos comunitarios se dividen en eso, en publicar notas educativas y notas que aporten al desarrollo, por ejemplo se publican sobre educación, deportes, cultura, y a la vez llegaba a todos, niños, jóvenes, adultos, había contenidos para todo público, entonces si aportaba a la educación.

4. ¿En su opinión considera que hay que diseñar una estrategia para posicionar a los periódicos en la comunidad urbana y rural, en relación con el desarrollo social de la comunidad?

Lo que hicimos nosotros y lo que creemos que se debería hacer de posicionar los periódicos es importante porque la gente diría existen muchos periódicos y pueden que estén en una comunidad cercana donde hay dos o tres periódicos en el mismo cantón, esos medios son netamente comerciales, no estoy en contra de un periódico grande, pero por lo general los comunitarios son pequeños con dos o tres hojas, pero son pequeños que aportan mucho al desarrollo de un sector porque la visión de ellos no es vender más tiraje sino hacer conocer la identidad de la gente, de lo que tienen, sus raíces, lo que piensan, tienen y desean para progresar.

ENTREVISTA # 8

NOMBRE: Dr. Félix Alvarado Jaime.

FUNCIÓN: Director.

INSTITUCIÓN: Policlínico Pasteur de Calderón.

1. ¿Expresa su opinión sobre el estudio de la comunicación como herramienta de desarrollo social a través del periódico Abdón Calderón?

Siempre todo medio de comunicación es importante en el desarrollo de todo pueblo, en este caso que estamos en la parroquia rural donde el periódico principalmente es una herramienta para el desarrollo social, en este caso el periódico Abdón Calderón, en mi caso tengo radicado 15

años acá y he visto que es un aporte importante para la comunidad porque aparte no solo vemos en sentido general la problemática, vemos el sentido local porque se justifica localmente en los problemas tanto sociales, económicos, políticos, o en la parte de la gastronomía, entonces creo que es una herramienta importante en nuestro medio.

2. ¿De acuerdo a su criterio qué tipos de contenidos que se difunden, identifica en el medio antes referido?

Especialmente lo que es la producción, la gastronomía, es lo que más radica en esta zona, aquí nos dedicamos más a la agricultura, parte de la ganadería también y en la gastronomía también pues aquí es muy famosa la morcilla y he visto publicaciones referidas solo a ello, nos ayuda mucho puesto que difunde también la identidad cultural, historia, educación, medio ambiente, salud, y todo ello es importante.

3. ¿Considera usted que los contenidos del periódico comunitario Abdón Calderón aporta a la educación y orientación de la comunidad?

Claro, por supuesto, enormemente, pues aquí no hay más periódico o revista comunitario, lo único que hay es el periódico Abdón Calderón, considero que es importante, lo sigo diciendo desde hace 15 años que vivo acá, e incluso el mismo es una expectativa para la fiesta de Calderón y sus pobladores ya saben que va a circular.

4. ¿En su opinión considera que hay que diseñar una estrategia para posicionar a los periódicos en la comunidad urbana y rural, en relación con el desarrollo social de la comunidad?

Lamentablemente creo que falta un poco de apoyo, tanto de la parte económica de las autoridades porque como usted sabe, generar un

periódico comprende no solamente realizar entrevistas, no depende del contenido sino los gastos que representa, porque el precio es muy económico, claro que en el medio de Calderón no da para cobrar una revista con valores de 5 o 6 dólares de precio, entonces considero que las autoridades deben dar un apoyo, para que tenga continuidad y el éxito para la estructura del mismo y la parroquia Abdón Calderón.

ENTREVISTA # 9

NOMBRE: Prof. Wilter Párraga Párraga.

FUNCIÓN: Director.

INSTITUCIÓN: Escuela Azuay de la parroquia Calderón de Portoviejo.

1. ¿Exprese su opinión sobre el estudio de la comunicación como herramienta de desarrollo social a través del periódico Abdón Calderón?

La comunicación como herramienta de desarrollo social a través del periódico Calderón, es un instrumento a través de la cual todos los que formamos nuestra hermosa parroquia, da la pauta para interactuar, conocernos y conocer muchos factores en la cual a veces no tenemos conocimiento, es una herramienta la cual sirve para informar a través del periódico de casos y cosas que ocurren dentro de la política y desarrollo de la parroquia, dentro de la estructura social como pueblo o ciudad que requiere de ayuda de organismos como el GAD e instituciones de desarrollo a nivel de Manabí y el país.

2. ¿De acuerdo a su criterio qué tipos de contenidos que se difunden, identifica en el medio antes referido?

Los contenidos que se difunden en el periódico son variados, en especial que la comunicación está dentro de la parroquia, muchos contenidos hablan sobre la educación, social, infraestructura, comunicaciones, este periódico es importante para el desarrollo de la parroquia, se difunden muchos aspectos que dan a nuestra gente conocimiento veraz y apropiado de lo que debemos conocer.

3. ¿Considera usted que los contenidos del periódico comunitario Abdón Calderón aportan a la educación y orientación de la comunidad?

Lógicamente, este medio comunitario a través de sus editores ya tiene muchos años de creación y cada día va aportando dentro de la educación, ideas con conocimiento, con orientaciones en base al desarrollo de la comunidad, así que esperamos que lo sigan haciendo porque este periódico para nosotros es muy importante dentro de la vida parroquial.

4. ¿En su opinión considera que hay que diseñar una estrategia para posicionar a los periódicos en la comunidad urbana y rural, en relación con el desarrollo social de la comunidad?

Bien, en este sentido las estrategias deben consolidarse tomando en cuenta lo que se da a través de la nueva Ley Orgánica de Comunicación, lógicamente el medio debe ser tomado en cuenta como un medio que da a conocer no solo de Calderón, sino de la provincia, debe ser tomado en cuenta para ayudar al desarrollo social de todas las comunidades que estructuran la parroquia.

Este periódico abarca muchos temas de desarrollo, a nivel local, por supuesto que debería extenderse más para recabar información, no solo la parroquia, sino de todas las parroquias de la provincia, es decir de Manabí. Necesitamos este periódico dentro de la parroquia y que siga mejorando para un mejor desarrollo a través de este medio comunitario.

ENTREVISTA # 10

NOMBRE. Lic. Leopoldo José Pico Barreiro. Mg.

FUNCIÓN: Rector.

INSTITUCIÓN: Unidad Educativa, Abdón Calderón del cantón Portoviejo

1. ¿Expresa su opinión sobre el estudio de la comunicación como herramienta de desarrollo social a través del periódico Abdón Calderón?

La comunicación es una herramienta fundamental para el desarrollo de los pueblos, gracias a ella los seres humanos interactuamos y precisamente producto de esa búsqueda incesante de querer aprender más y ser mejor cada día se producen los impactos que se desprenden de la comunicación, esto es publicar periódicos como parte de las estrategias comunicacionales que sirven para consolidar el desarrollo de los pueblos del mundo y, la parroquia Calderón de la provincia de Manabí no es la excepción; por ello debo expresar que el periódico Abdón Calderón ha ayudado mucho al desarrollo del pueblo porque es un medio

de comunicación que aún siendo comunitario todos tenemos la oportunidad de expresarnos en sus páginas y contenidos.

2. ¿De acuerdo a su criterio qué tipos de contenidos que se difunden, identifica en el medio antes referido?

Primero tenemos la parte de los saludos que son importantes, pero más de aquello están la publicación de notas y temas que tienen que ver con las entidades públicas, organismos, clubes, el pueblo aprovecha para conocer algo que no se ve diariamente, pero con un periódico como este, se difunde lo que está sucediendo en la parroquia y sus alrededores ya que no solamente se toma en cuenta la parte de las instituciones, sino que también las zonas más alejadas como lo es el sector rural como y las organizaciones campesinas

3. ¿Considera usted que los contenidos del periódico comunitario Abdón Calderón aportan a la educación y orientación de la comunidad?

Definitivamente que sí, solamente situamos el ejemplo de nuestra institución, ayuda mucho para que los estudiantes tomen conciencia de lo que es la comunicación en sí, así como docentes, padres de familia, de lo que conlleva la educación y en forma en general un periódico por nuestros ancestros, no solamente lo tenemos como un medio de comunicación, de información, sino que también debe ser netamente educativo.

Es por eso que debemos tener mucho cuidado con lo que se expresa en los contenidos de este medio de comunicación, para que sea de índole

educativo y no otra cosa, creo que el medio está convirtiéndose año tras año en una necesidad educativa muy fundamental para la parroquia.

4. ¿En su opinión considera que hay que diseñar una estrategia para posicionar a los periódicos en la comunidad urbana y rural, en relación con el desarrollo social de la comunidad?

Las estrategias que deben establecerse para que estos medios tanto en la parte rural y urbana es que deben tener el apoyo necesario de entidades públicas y privadas, muchas veces hay limitaciones y ello implica que a veces no se puedan publicar constantemente, adecuadamente y con la calidad que debe ser. Entonces se considera que deben establecerse estrategias de parte de los gobiernos autónomos descentralizados locales, provinciales, ministerios de comunicación, para que los periódicos rurales especialmente tengan mayor apoyo, esa es la estrategia y deben establecerse para que no se pierda, sino más bien se lo vaya fortaleciendo.

ANEXO # 4



Entrevista realizada al señor Juan Farías Alcívar, Presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia rural de Abdón Calderón de Portoviejo.



Momentos cuando el investigador entrevistaba al señor Carlos Basurto Carreño, vicepresidente del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Abdón Calderón.



Instantes cuando se entrevistaba a la Ing. Monserrate Cedeño, vocal principal del GAD de la parroquia Abdón Calderón.



Juan Carlos Suárez Vines, vocal principal del GAD de Calderón dando declaraciones para el investigador Lic. Xavier Cedeño Guadamud.



La Econ. Blanca Azucena Cevallos Zamora, vocal principal del GAD de la parroquia Calderón en declaraciones para el investigador Xavier Cedeño Guadamud.



Con Jairo Barreiro Vélez, Director del periódico El Vocal del barrio Villamarina, del cantón Jaramijó, provincia de Manabí.



Entrevista con el Dr. Félix Alvarado Jaime, Director del Policlínico Pasteur de la parroquia Abdón Calderón de Portoviejo.



El Lic. Leopoldo José Pico Barreiro. Mg., Rector de la Unidad Educativa “Abdón Calderón”, en declaraciones para el investigador para fortalecer la presente tesis de grado de cuarto nivel.



El Prof. Wilter Párraga Párraga, Director de la centenaria escuela Azuay de la parroquia Calderón en declaraciones para el investigador



La señora Mirian Murillo, propietaria de "Morcillas Murillo", llenando el formulario de las encuestas.



Edgar Santana, gerente propietario de almacenes G.E., llenando la encuesta para el investigador Xavier Cedeño Guadamud.



Pedro Navia Cedeño Fotógrafo profesional de la parroquia Abdón Calderón, mientras llenaba la encuesta para la presente investigación.



Patricio Roca Cedeño, concejal rural de Portoviejo y oriundo de la parroquia Calderón, en entrevista para la presente investigación.



Ciudadanos de negocios y locales comerciales se hicieron presentes con la encuesta para estructurar la tesis de grado.

Abdón Calderón

Periódico Independiente en Homenaje a la Parroquia Abdón Calderón de Portoviejo

Año 15

Diciembre del 2014

Nº.27

107 AÑOS

DE CREACIÓN CIVIL Y ADMINISTRATIVA



AUTORIDADES SALUDAN A CALDERÓN

"Calderón está lleno de gente que quiere progresar, de surgir, de no quedarse en el pasado. Este es el momento de concretar ese ideal que compartimos y no vamos a desmayar hasta conseguirlo." (A. Casanova)

Pág. 3

NARANJAL: UNA POTENCIA TURÍSTICA NATURAL

Ubicada junto al río Calderón, Naranjal proporciona el espacio recreativo para todas las edades, que visitan en feriados y fines de semana se recrean alegremente.

Pág. 4

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL EN ACCIÓN

Obras que se desarrollan en beneficio de la parroquia Calderón.

Pág. 12

TESTIMONIOS

Una parroquia fortalecida con el aporte y esfuerzo de sus ciudadanos.

Pág. 14

Facsímil de la portada del periódico comunitario Abdón Calderón, en su número 27, que circuló el 11 de diciembre del 2014, con motivo de cumplirse los 107 años de creación parroquial de esta importante comunidad rural del cantón Portoviejo, provincia de Manabí.



Facsímil de la portada de uno de los periódicos El Vocal, de la comunidad barrial de Villamarina, perteneciente al cantón Jaramijó, provincia de Manabí.

El periódico Abdón Calderón en su versión digital



Abdón Calderón

Periódico Independiente en homenaje a la parroquia Abdón Calderón de Portoviejo



Vuestro periódico comunitario
en forma digital para todos los días.
www.AbdonCalderon.com

NOVEDADES

CELEBRAMOS 15 AÑOS Y LO FESTEJAMOS INSERTANDO EL PERIÓDICO EN LA WEB

ADMINISTRADOR, DICIEMBRE 11, 2014

Es la noticia que este medio de comunicación deseaba hacer conocer a toda la comunidad calderonense en una fecha especial como esta. La celebración de ...

Read more >

0 Comments



OBRAS

OBRAS QUE SE DESARROLLAN EN BENEFICIO DE LA PARROQUIA CALDERÓN

XAVIER CEDAÑO GUADAMUD, DICIEMBRE 11, 2014

LABOR QUE VIENE EJECUTANDO EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO QUE PRESIDE JUAN FARIAS ALCÍVAR INFRAESTRUCTURA. Se ha invertido en una biblioteca virtual, que tiene un contenido ...

Read more >

0 Comments



ENTREVISTAS

PATRICIO ROCA: "SOMOS UN SOLO EQUIPO DE TRABAJO"

ADMINISTRADOR, DICIEMBRE 10, 2014

¿Cuál es su postura como concejal respecto al apoyo y trabajo al alcalde de Portoviejo? En este sentido debo indicar que es un gran amigo ...

Read more >

0 Comments



Ulbio Pinoargote Véliz: Valoremos lo que somos

XAVIER CEDAÑO GUADAMUD, DICIEMBRE 9, 2014



George Rengifo De La Cruz: Tenemos un compromiso social

XAVIER CEDAÑO GUADAMUD, DICIEMBRE 9, 2014



Cecilia Navia Alcívar: Educar con paciencia, sabiduría y amor

XAVIER CEDAÑO GUADAMUD, DICIEMBRE 9, 2014

1 2 3 4 »

SALUDAN A CALDERÓN

AUTORIDADES



SALUDOS DE AUTORIDADES

ESTE ES EL MOMENTO Y NO VAMOS A DESMAYAR

ADMINISTRADOR, DICIEMBRE 11, 2014

Calderón está lleno de gente que quiere progresar, de surgir, de no quedarse en el pasado. Este es el momento de concretar ese ideal que ...

Read more >

0 Comments



SALUDOS DE AUTORIDADES

ESTAMOS HACIENDO LO QUE MÁS NOS GUSTA

ADMINISTRADOR, DICIEMBRE 11, 2014

Invito a los calderonenses a uniros, a no criticar, sino a dar críticas constructivas, que en este gobierno parroquial se quiere hacer las cosas bien, ...

Read more >

0 Comments



SALUDOS DE AUTORIDADES

UNIDOS LOGRAMOS OBJETIVOS

ADMINISTRADOR, DICIEMBRE 11, 2014

Quiero desear muchos parabienes a todo mi pueblo calderonense, a los 18,500 habitantes que tiene la parroquia. Los invito a uniros por el bienestar de ...

Read more >

0 Comments



Con deseos de avanzar al progreso

ADMINISTRADOR, DICIEMBRE 11, 2014



Llenos de orgullo nos sentimos

ADMINISTRADOR, DICIEMBRE 11, 2014



Cumplir las expectativas

ADMINISTRADOR, DICIEMBRE 11, 2014