

UNIVERSIDAD DE CUENCA



FACULTAD DE FILOSOFÍA,
LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA REVISTA DIRIGIDA A LAS
PARROQUIAS RURALES DEL CANTÓN CUENCA

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Autores: KARINA SESIBEL QUEZADA GALARZA

LAURA VERÓNICA ORTIZ SALAMEA

Director: MST. VICTOR HUGO GUILLERMO RÍOS

CUENCA – ECUADOR

2015



UNIVERSIDAD DE CUENCA

RESUMEN

Los medios de comunicación del cantón de Cuenca, han mostrado interés en manifestar la opinión y la cultura de los ciudadanos de sus parroquias. El estudio realizado demuestra que estos medios no son suficientes para responder a las necesidades de los ciudadanos, sobre todo de aquellos que se encuentran en las parroquias rurales, más alejadas de la urbe. Para dar respuesta a las necesidades de comunicación identificadas se pretende crear una revista orientada a la difusión de los acontecimientos, eventos, costumbres, tradiciones, etc. de los habitantes de las parroquias rurales del cantón.

En el presente informe de tesis se sistematiza los presupuestos teóricos relacionados con la comunicación, las estrategias de comunicación social, la creación, ventajas y tipologías de revistas. Se realiza un diagnóstico, a través de la aplicación de entrevistas y cuestionarios para determinar el equipo y las estrategias a seguir para la elaboración de la revista. Finalmente se diseña y presenta el primer número de la revista “La Vasija”.

Palabras Claves: Parroquias, Comunicación, Revista, GAD, Consorcio.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ABSTRACT

The media in the canton of Cuenca, have shown interest in expressing the opinion and culture of the people of their parishes. The study shows that these means are not sufficient to meet the needs of citizens, especially those found in the more remote rural parishes of the city. To meet the communication needs identified is to create a magazine oriented and dissemination of events, events, customs, traditions, etc. of the inhabitants of the rural parishes of the canto.

This report thesis theoretical assumptions related to communication, social communication strategies, creation, benefits and types of magazines is systematized. Diagnosis, through the application of questionnaires and interviews to determine the equipment and strategies to be followed for the preparation of the journal is made. Finally it is designed and presented the first issue of the magazine "La Vasija".

Keywords: Parishes, Communication, Magazine, GAD, Consortium.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ÍNDICE

PORTADA.....	1
RESUMEN	2
ABSTRACT	3
ÍNDICE.....	4
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE CUADROS	7
ÍNDICE GRÁFICOS	8
CLÁUSULA DE DERECHOS DE AUTOR	9
CLÁUSULA DE PROPIEDAD INTELECTUAL.....	11
AGRADECIMIENTO	13
DEDICATORIA	14
INTRODUCCIÓN	15
PROBLEMATIZACIÓN.....	18
JUSTIFICACIÓN	21
OBJETIVO GENERAL.....	23
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	23
CAPITULO 1 MARCO TEÓRICO.....	24
1.1.- MARCO INSTITUCIONAL.....	25
1.1.1.- Ubicación y División Política Cuenca.....	25
1.2.- Consorcio de Gobiernos Parroquiales Rurales del Cantón Cuenca.	28
1.2.1.-Concepto.....	28
1.2.2.- Objetivo.....	28
1.2.3.- Organización Administrativa.....	28
1.2.4.- Servicios que presta la institución	28
1.3.- MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	29
1.3.1.- Conceptualización de la comunicación	29
1.3.2.- Importancia de la comunicación	31
1.3.3.- Elementos que componen la comunicación	32
1.3.4.- Funciones de la Comunicación.....	37
1.3.5.- Estrategia de comunicación	38



UNIVERSIDAD DE CUENCA

1.3.6.- Barreras de la comunicación.....	39
1.3.7. Campaña publicitaria	41
1.3.8.- Medios de comunicación.....	44
1.3.9.- Importancia de los medios de comunicación	46
1.3.10.- La revista	47
1.3.11.- Tipos de revistas.....	48
1.3.12.- Comunicación efectiva o eficaz en medios impresos.	51
1.3.13.- Responsabilidad social de los medios de comunicación.....	53
1.3.14.- Marketing y campañas de Comunicación Social.....	54
1.3.15.- La revista como parte de la mediación social	55
CAPÍTULO 2 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	57
2.1.- Análisis y resultados de la investigación	58
2.2.- Taller de capacitación al grupo seleccionado	67
2.2.1.- Contenidos de la Capacitación:.....	68
2.2.2.- Organización del grupo seleccionado del proyecto.....	69
2.2.3.- Conformación de los grupos de trabajo.....	70
CAPÍTULO 3 CREACIÓN DE LA REVISTA	74
3.1.- Realización de los contenidos a publicar en la revista.....	75
3.1.1.- Contenidos	75
3.2 Diagramación	76
3.2.1.- Creación del machote	76
3.2.2.- Características Generales:.....	77
3.2.3.- Diagramación Digital	78
3.3 Contenidos de La Vasija	81
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	118
CONCLUSIONES	118
RECOMENDACIONES	120
BIBLIOGRAFÍA.....	122
ANEXOS	126



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. : Población Cantón Cuenca.....	27
---	----



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Desarrollo de una comunicación eficaz.	43
---	----



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ÍNDICE GRÁFICOS

Gráfico 1. Ubicación y división política Cantón Cuenca	25
Gráfico 2. Tasa de Crecimiento Poblacional	27
Gráfico 3. Diagrama del proceso de comunicación	32
Gráfico 4. Problemas de comunicación de las parroquias	59
Gráfico 5. Acciones de los representantes del GAD parroquial.....	60
Gráfico 6. Acciones para solucionar los problemas de comunicación.....	60
Gráfico 7. Aceptación del diseño de la revista.....	61
Gráfico 8. Elección de medios de comunicación	62
Gráfico 9. Preferencias de información	63
Gráfico 10. Interés en acceder a una revista sobre las parroquias	64
Gráfico 11. Conocimientos de revistas	65
Gráfico 12. Temas de preferencia para la revista.....	66
Gráfico 13. Lugar para entrega de la revista	67
Gráfico 14. Evaluación de la capacitación.....	68
Gráfico 15. Selección de géneros	69
Gráfico 16. Preparación para crear una revista.....	69
Gráfico 17. Preferencias de temas para la revista.....	75
Gráfico 18. Diseño de páginas variante 1	77
Gráfico 19. Diseño de páginas variante 2	78



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CLÁUSULA DE DERECHOS DE AUTOR



Universidad de Cuenca
Cláusula de derechos de autor

LAURA VERÓNICA ORTIZ SALAMEA, autora de la tesis "PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA REVISTA DIRIGIDA A LAS PARROQUIAS RURALES DEL CANTÓN CUENCA", reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autora.

Cuenca, Junio de 2015.

LAURA VERÓNICA ORTIZ SALAMEA

C.I: 0104165881



UNIVERSIDAD DE CUENCA



Universidad de Cuenca
Cláusula de derechos de autor

KARINA SESIBEL QUEZADA GALARZA, autora de la tesis "PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA REVISTA DIRIGIDA A LAS PARROQUIAS RURALES DEL CANTÓN CUENCA", reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL. El uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autora.

Cuenca, Junio de 2015.

KARINA SESIBEL QUEZADA GALARZA

C.I: 0103935318



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CLÁUSULA DE PROPIEDAD INTELECTUAL



Universidad de Cuenca
Cláusula de propiedad intelectual

LAURA VERÓNICA ORTIZ SALAMEA, autora de la tesis “PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA REVISTA DIRIGIDA A LAS PARROQUIAS RURALES DEL CANTÓN CUENCA”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, Junio de 2015.

LAURA VERÓNICA ORTIZ SALAMEA

C.I: 0104165881



UNIVERSIDAD DE CUENCA



Universidad de Cuenca
Cláusula de propiedad intelectual

KARINA SESIBEL QUEZADA GALARZA, autora de la tesis "PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA REVISTA DIRIGIDA A LAS PARROQUIAS RURALES DEL CANTÓN CUENCA", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, Junio de 2015.

KARINA SESIBEL QUEZADA GALARZA

C.I: 0103935318



UNIVERSIDAD DE CUENCA

AGRADECIMIENTO

- Agradecemos al Consorcio de Juntas Parroquiales Rurales del Cantón Cuenca y a cada una de las parroquias rurales que han participado y han hecho posible este proyecto.

- También agradecemos a nuestro director de tesis al Master Hugo Guillermo por el esfuerzo, dedicación y conocimientos que nos ha compartido durante este tiempo, se ha ganado nuestro respeto y admiración, fue muy valioso el tiempo que dedicó a nuestro proyecto de tesis.

Karina Quezada/Verónica Ortiz



UNIVERSIDAD DE CUENCA

DEDICATORIA

Al creador al que me ha dado la fortaleza para continuar cuando he estado a punto de caer, por ello con toda la humildad que de mi corazón puede emanar, dedico primeramente mi trabajo a Dios.

De manera especial dedico esta tesis a mi hermana Ximena pues ella fue el principal cimiento para la construcción de mi vida profesional, sentó en mí las bases de responsabilidad y deseos de superación, en ella tengo el espejo en el cual me quiero reflejar pues sus virtudes infinitas y su gran corazón me llevan a admirarla cada día más.

Finalmente, dedico esta tesis a mis papitos quienes han sabido formarme con, hábitos, valores y buenos sentimientos lo cual me ha ayudado a salir adelante en los momentos más difíciles.

Kary Quezada

Dedico esta tesis a Dios a mis padres, a mi esposo y a mi querido hijo, quienes sin dudarlo me han apoyado en cada momento brindándome siempre su comprensión y paciencia, por su ayuda que he recibido por parte de ellos durante todo este tiempo.

Para todas esas personas que siempre han estado a mi lado como son mis queridos hermanos y aquellas que también han formado parte de mi vida académica, a todos ellos les dedico este logro, agradeciéndoles de todo corazón, muchas gracias.

Verónica Ortiz



UNIVERSIDAD DE CUENCA

INTRODUCCIÓN

La ciudad de Cuenca es ampliamente conocida en Ecuador su diversidad cultural, por su arquitectura característica y por ser la cuna de muchos personajes ilustres de la sociedad ecuatoriana. Este reconocimiento ha condicionado que sea una de las ciudades que más turismo recibe anualmente. Los diversos espacios turísticos que la caracterizan se encuentran distribuidos tanto en la zona urbana como en la rural.

Conscientes de los ingresos que puede generar el turismo, cada una de las parroquias ha comenzado a buscar cuáles son sus potencialidades para atraer a los visitantes. Una de las formas más efectivas para dirigir el flujo de turistas hacia las parroquias lo constituyen las acciones promocionales. Es precisamente en este contexto que las parroquias se han comenzado a interesar en aparecer cada vez más en los medios de comunicación, con la esperanza de que los visitantes, conociendo sus potencialidades, las prefieran por sobre otros destinos.

La concentración geográfica que presentan las parroquias urbanas les ha permitido aprovechar la cercanía con los canales de comunicación, lo que facilita y favorece la inserción de mensajes destacando los atractivos parroquiales. Sin embargo, en el caso de las parroquias rurales la situación es bien diferente. Las posibilidades de estas últimas, de aparecer en los medios se ven reducidas por la lejanía con la sede de los medios de comunicación, y en ocasiones por la escasez de recursos. Estas condiciones han colocado a las parroquias rurales en una verdadera desventaja comunicativa en relación con sus iguales urbanas.

Precisamente para intentar satisfacer las necesidades de comunicación de las parroquias rurales es que se diseña el presente proyecto. El mismo está orientado a la creación de una revista que de mayor protagonismo a las parroquias rurales del cantón Cuenca. Una publicación de este corte permitirá establecer un proceso comunicativo permanente entre los públicos de las parroquias rurales y el resto de



UNIVERSIDAD DE CUENCA

la provincia, permitiendo a las primeras difundir de una forma eficiente sus atractivos, y los diferentes aspectos de la realidad que las caracteriza.

Entre los diferentes medios que se pueden escoger para difundir los contenidos de las parroquias rurales, la revista resulta el soporte ideal. La misma brinda un sinfín de posibilidades en cuanto facilidad de producción, la variedad formas y estilos, la facilidad de distribución, entre otros elementos. En la actualidad las revistas han optado por estrategias de posicionamiento basadas en la especialización temática, lo que les ha permitido profundizar en diversos temas y mantener la atención de los consumidores, cada vez más exigentes. Las revistas sin duda alguna son medios eficaces cuando se pretende alcanzar grandes cantidades de públicos.

Las publicaciones seriadas han experimentado esta especialización para responder a los intereses de aquellos grupos que comparten intereses comunes sobre determinados temas, entre los que se encuentran la economía, cultura, educación, salud, tecnología, entretenimiento, deporte, el turismo, entre otros. La revista que se pretende crear, en cierta medida, también constituye un medio especializado, pues estará orientada a difundir los acontecimientos y atractivos de las parroquias rurales del cantón de Cuenca.

La revista tiene como objetivo fundamental convertirse en un medio de promoción del quehacer y atractivos turísticos de las parroquias. Los protagonistas de sus páginas deben ser por propios ciudadanos, así como la ciudad, sus tradiciones, lugares turísticos, la situación social del entorno rural, entre otros temas de carácter informativo. La intención es transmitir al lector, de la forma más amena y sencilla posible, la esencia de la cultura de las parroquias urbanas, aun insuficientemente conocida. Se espera que la revista promueva el interés por dicha cultura, y tenga un impacto positivo en el flujo turístico hacia las mencionadas parroquias.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

El presente trabajo, en el que se expondrá la materialización del proyecto de la revista, se dividirá en los siguientes capítulos:

En el Capítulo I se expondrán los principales postulados teóricos que darán sustento al trabajo. Se realizará un recorrido analítico por las principales teorías, conceptos y autores en el campo de la Comunicación Social. Durante el desarrollo de este capítulo se sentarán las bases teóricas que guiarán el trabajo posterior.

El Capítulo II está dedicado a la metodología de la investigación. En este capítulo se presentarán además los resultados del estudio de mercado que se desarrollará para identificar las necesidades de comunicación de las parroquias rurales del cantón Cuenca.

En el último Capítulo III se presentará el proceso de creación y diagramación de la revista, así como el primer número de la revista listo para presentarlo a sus consumidores.

El informe de tesis termina con la presentación de las conclusiones, las recomendaciones y los anexos. En estos últimos se recogen las entrevistas realizadas, encuestas aplicadas y las fichas técnicas utilizadas en la recolección de información.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

PROBLEMATIZACIÓN

La situación geográfica y social de las parroquias rurales de Cuenca, así como ha condicionado el surgimiento de la necesidad de contar con un medio de comunicación propio. El diseño y desarrollo de un medio de comunicación, en este caso, una revista, debe fungir como enlace entre los habitantes de las diferentes parroquias. Una de las ventajas fundamentales es que dará voz a sectores que en la actualidad no poseen una presencia destacada en los medios privados del país, o las grandes cadenas, más centradas en los acontecimientos de las ciudades.

La creación de la revista satisfará la necesidad latente, de los habitantes de las parroquias rurales del cantón, de manifestarse, dar a conocer sus ideas, tradiciones, costumbres, los atractivos de las diferentes parroquias, entre otros contenidos. Todo esto será posible, gracias a las posibilidades que brindan los medios de comunicación en la actualidad, las cuales, en palabras de Ander-Egg, tienen:

...la labor de expresar las distintas dimensiones de la sociedad y los elementos culturales que la caracterizan, mediante una verdadera investigación y de manera objetiva... de este modo, los medios de comunicación son además de un medio de información, un medio de entretenimiento... de allí, que los medios de comunicación están obligados a informar, investigar, analizar, trazar horizontes y a desarrollar sus tareas con objetividad, equidad, ética y racionalidad, consciente de la función social que desempeña... los medios de comunicación impresos tienen una gran importancia ya que gracias a ellos, la sociedad se puede mantener informada de los acontecimientos que pasen en ella... (Ander-Egg, 1999, pág. 57).

Queda claro que en la actualidad los medios de comunicación median la sociedad. La mayoría de las personas confían en los contenidos e interpretaciones que los medios difunden, de ahí la gran influencia que estos poseen. En la ciudad de Cuenca, los medios locales muestran interés por reflejar



UNIVERSIDAD DE CUENCA

la realidad de sus consumidores, lo que ha propiciado que se haya establecida una comunicación centrada en los ciudadanos. Sin embargo, los esfuerzos hasta ahora realizados resultan insuficientes pues los espacios existentes no dan abasto para reflejar la vida de todos los sectores de Cuenca.

Las parroquias rurales de Cuenca tienen necesidades de comunicación, acentuadas por la poca presencia que tienen en los medios locales. En estas parroquias se desarrollan un grupo importante de acontecimientos entre los que se encuentran eventos, festividades, celebraciones, etc. que no llegan a los medios locales. Por otra parte, los ciudadanos saben que los medios de comunicación son vías efectivas para difundir costumbres, tradiciones, elementos del folklor, atractivos arquitectónicos, gastronómicos que puede atraer turismo. Por tanto, están conscientes que ante la falta de espacio en los medios locales, una alternativa viable es la creación de una revista que se centre especialmente en los temas de interés para las parroquias rurales y sus habitantes.

A partir del análisis de la situación antes descrita, se arriba a la siguiente pregunta de investigación: ¿Qué procedimientos y recursos se requieren para diseñar una revista dirigida a las parroquias rurales de Cantón Cuenca?

La pregunta de investigación se desglosa en las siguientes preguntas complementarias:

¿Cómo se pueden identificar los requerimientos comunicacionales de las parroquias rurales por medio de una investigación de mercado?

¿Cuál será la estrategia de comunicación a aplicar para el desarrollo de la revista?

¿Qué tipo de material será el apropiado para la revista dirigida a las parroquias rurales de Cantón Cuenca?



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Para dar respuesta a estas interrogantes, se requiere de un proceso riguroso y bien detallado de lo necesario para su creación y difusión a la colectividad en especial de las parroquias rurales del cantón Cuenca.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

JUSTIFICACIÓN

En la actualidad el mundo se encuentra en una fase que los teóricos han denominado como la era la información y las comunicaciones. Los medios de comunicación se han desarrollado en tal medida que no se concibe una sociedad humana que prescindiera de ellos. Los medios de comunicación funcionan como vehículos de expresión humana, e influyen en todos los procesos y dinámicas sociales que se dan en los diferentes países y regiones de estos.

El desarrollo de la comunicación social, con sus técnicas y tecnologías asociadas, ha traído como consecuencia la diversificación de los medios de comunicación. En la actualidad existen una gran variedad de medios de comunicación, ya sea digital, audiovisual, impreso, entre otros. Entre los medios impresos encontramos los libros, periódicos y revistas. Estas últimas gozan de mucha popularidad en las sociedades modernas por la versatilidad de formatos y temas que pueden abarcar.

El mercado de las publicaciones impresas, y específicamente el de las revistas, ha seguido una estrategia de especialización que le ha permitido atender las necesidades de grupos y comunidades específicas. Generalmente la especialización de una publicación seriada se centra en la atención de determinados temas o intereses demandados por grupos o comunidades lo suficientemente grandes como para que la creación y desarrollo de la publicación en cuestión resulte rentable a sus creadores. Las temáticas escogidas deben ser lo suficientemente específicas para diferenciarse de otras publicaciones, pero lo suficientemente amplias como la incorporar un gran cúmulo de información en cada nuevo número. Por este motivo es común acceder a revistas sobre arte, deporte, educación, economía, entretenimientos, etc.

Las revistas además son medios de comunicación idóneos para atender las necesidades comunicativas de ciertas comunidades que deseen difundir



UNIVERSIDAD DE CUENCA

contenidos y mensajes relacionados con el quehacer de una ciudad, una región y de localidades específicas. Precisamente por esta razón es que se escoge este tipo de medios como vía la promoción todo el acontecer de las parroquias rurales del cantón de Cuenca. La finalidad que persigue la creación de una revista especializada en los temas de la región, es que esta se convierta en el espacio de confluencia de aquellas personas que se interesan en conocer la ciudad, su gente, tradiciones, lugares turísticos, situaciones sociales, entre otros temas de carácter informativo. La revista pretende funcionar como una guía práctica en la que sus lectores podrán entrar en contacto con otros sectores que muchas veces son ignorados por los grandes medios, o los medios locales.

La propuesta resulta totalmente novedosa, pues no existe en la región una publicación que tenga como temática principal los acontecimientos y el quehacer de los habitantes de las parroquias rurales del cantón de Cuenca. La creación de la revista es también viable, pues sus creadores cuentan con los conocimientos, el tiempo, la motivación y los recursos necesarios para emprender y desarrollar el proyecto. La revista, no solo dará voz a los miembros de las comunidades mencionadas, sino que también mostrará, a través del uso de fotografías, sus rostros y hábitat a todos los lectores interesados en la publicación. La principal motivación para la creación de este medio de comunicación es la posibilidad que brinda de satisfacer las necesidades sociales de comunicación de los habitantes de las parroquias rurales, puesto que la comunicación debe ser un derecho de todos.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

OBJETIVO GENERAL

Crear una revista informativa dirigida a las parroquias rurales del cantón Cuenca como medio de comunicación.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1.- Identificar los requerimientos comunicacionales de las parroquias rurales por medio de una investigación de mercado para el desarrollo de la revista.
- 2.- Proponer una estrategia de comunicación a través de una revista dirigida por las parroquias participantes.
- 3.- Elaborar los contenidos de la primera edición de la revista incluido el contenido fotográfico para su puesta en circulación.

La vasija

CAPITULO 1 MARCO TEÓRICO





1.1.- MARCO INSTITUCIONAL

1.1.1.- Ubicación y División Política Cuenca

El Cantón Cuenca está ubicado geográficamente entre las coordenadas 2°39' a 3°00' de latitud sur y 78°54' a 79°26' de longitud oeste, con una altura sobre el nivel del mar que varía de 100 a 4560 m., la zona urbana se encuentra a una altitud de 2560 msnm aproximadamente. Limita al norte con la Provincia del Cañar, al sur con los Cantones Camilo Ponce Enríquez, San Fernando, Santa Isabel y Girón, al oeste con las Provincias del Guayas y hacia el este con los Cantones Paute, Gualaceo y Sígsig (Bermeo, 2013).

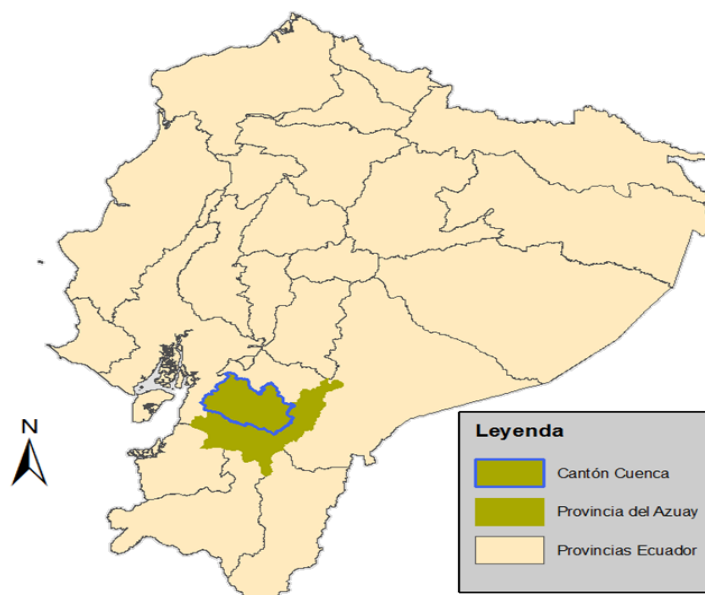


Gráfico 1. Ubicación y división política Cantón Cuenca

Fuente: Análisis de Vulnerabilidad Cantón Cuenca.

Características del Territorio

Basados en los estudios del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Cuenca 2011 (PDOT-CC-2011), el territorio se divide y clasifica en cuatro zonas con características similares en función de su geomorfología, estas zonas se diferencian entre sí por su clima y su vegetación, condicionadas por la altitud y la ubicación del cantón dentro de la cordillera de los andes:



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- **Zona 1:** Valle interandino con altura entre 2300 msnm a 2900 msnm a una temperatura promedio entre 13° y 19° C. con una superficie de 20.7% del Cantón.
- **Zona 2:** Cima Fría de la Cordillera Occidental con altitudes entre 2900 msnm y 4560 msnm temperatura entre 7° a 13° C. siendo su superficie el 46.4% del área del Cantón.
- **Zona 3:** Vertiente Externa de la Cordillera Occidental con altitud entre 320 msnm y 2,900 msnm y temperatura entre 13° y 25° C. ocupando el 27.6% de la superficie del Cantón.
- **Zona 4:** Piedemonte altitudes entre 20 msnm y 320 msnm con temperaturas entre 23° a 26° C. y representa el 5.3% de la superficie del Cantón (Bermeo, 2013).

Características de las Parroquias

El cantón de Cuenca se encuentra dividido en 36 parroquias distribuidas en 15 urbanas y 21 rurales. Las parroquias son representadas por las juntas parroquiales ante el Municipio de Cuenca. Las cabeceras parroquiales tienen una estructura común en su territorio, están conformadas por un parque central, un mercado, la casa comunal, una iglesia, un centro de salud, una unidad de policía comunitaria (UPC) y la o las oficinas de la Junta Parroquial (Bermeo, 2013).

En las parroquias rurales, generalmente, alrededor del centro parroquial, su parque y/o mercado, se encuentran edificaciones que sirven tanto de viviendas como de locales comerciales. Los fines de semana se convierten en centros de gran actividad comercial y turística; además, en estos días la población de sectores rurales alejados vienen para comercializar sus productos (agrícolas, avícolas, lácteos, etc.) y proveerse de víveres (Bermeo, 2013).

Crecimiento y flujo poblacional

En la zona rural la tasa de crecimiento promedio anual de 1990 al 2001 tiene un valor del 0.41% y desde el 2001 al 2010 es del 2.50%. Se puede apreciar que ha



aumentado el crecimiento en la zona rural en 2.09 puntos (Cornejo de Grunauer, y otros, 2013)

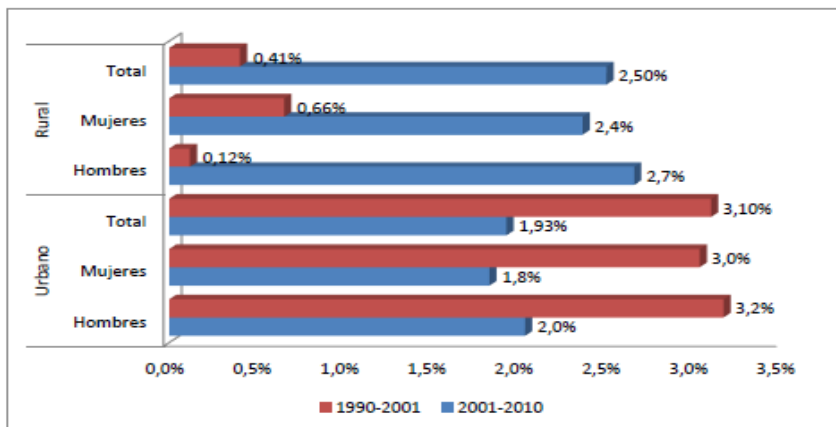


Gráfico 2. Tasa de Crecimiento Poblacional

Fuente: Censo INEC 2010.

Situación demográfica y socioeconómica

Población y movilidad humana

Dividiendo el territorio en dos zonas, urbano y rural, según datos del Censo 2010 (INEC), el cantón Cuenca registra una población de:

Nivel Cantonal	Población	%
Area Urbana	329 928	65,26%
Área Rural	175 657	34,74%
Total	505 585	100,00%

Tabla 1. : Población Cantón Cuenca

Fuente: INEC 2010

A los 329.928 habitantes del área urbana se les puede sumar 1960 habitantes que corresponden a los que viven en parroquias rurales que están unidas a la zona urbana. En resumen, se puede decir que los habitantes urbanos son 331.888 y los de la zona rural 173. 523 (Bermeo, 2013).

En la zona urbana el 47.72% son hombres y el 52.28% mujeres.

En la zona rural el 47.37% son hombres y 52.62% mujeres (INEC, 2010).



1.2.- Consorcio de Gobiernos Parroquiales Rurales del Cantón Cuenca.

1.2.1.-Concepto

El Consorcio de los Gobiernos Parroquiales Rurales del cantón Cuenca es una organización sin fines de lucro encargada de mejorar la calidad de vida de los habitantes rurales de cada parroquia contribuyendo a mejorar las condiciones de vida de la población rural (Yaguachi, 2014).

1.2.2.- Objetivo

Menciona Omar Yaguachi “Que los habitantes del sector rural tengan una mejor calidad de vida, través del mejoramiento de los servicios básicos, alcantarillado, vialidad, sistemas productivos.”

1.2.3.- Organización Administrativa

Los miembros del Consorcio de Gobiernos Parroquiales Rurales de Cuenca son:

- Presidente: Ing. Daniel García Pineda.
- Vicepresidente: Lcdo. Bolívar Saquipai.
- Tesorero: Lcdo. Martín Lucero.
- Secretario: Dr. Santiago Londa.

1.2.4.- Servicios que presta la institución

El Consorcio de Gobiernos Parroquiales Rurales del cantón Cuenca, presta servicios con fines sociales, entre ellos, dice Omar Yaguachi “coordinar con otras instituciones como el Sistema de Gestión Ambiental, ETAPA, EMAC, entre otras instituciones para el desarrollo de proyectos que tienen las parroquias rurales con el fin de mejorar los servicios básicos sean estos: vialidad, agua potable, sistemas productivos y emprendimientos de cada uno de los habitantes de cada parroquia rural”.



1.3.- MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

1.3.1.- Conceptualización de la comunicación

La sociedad no puede concebirse sin comunicación, ya que esta es tan antigua como el hombre mismo. Según el diccionario de la real academia de la lengua española, comunicación significa: “Trato, correspondencia entre dos o más personas. Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor” (Real Academia Española, 2015).

La comunicación es un proceso inherente a la naturaleza humana, implica compartir un conjunto de mensajes significativos. Dichos mensajes transitan a través de diversos canales y medios con la finalidad de influir en el comportamiento de otras personas, organizaciones o incluso a niveles sociales. Este proceso, más que un proceso mecánico, debe entenderse como un conjunto de eventos de carácter socioculturales, mediante el cual, se producen y comparten significados (Alsina, 2001).

El concepto de comunicación ha ido cambiando de significado en la medida en que la humanidad se ha desarrollado, de ahí que hoy se utilice este término para designar una gran variedad de fenómenos y procesos diferentes. La palabra, en sus inicios, hacía alusión a la puesta en común de determinadas ideas o conocimientos, sin embargo, hoy esta acepción ha quedado superada. A esta situación, debe añadirse el hecho de que según el termino comunicación sea acompañado con otros vocablos puede cambiar también sus significación, por ejemplo, se conoce como medios de comunicación los soportes físicos se transmite la información de un individuo a otro. La ambigüedad mencionada ha provocado que entre los diferentes teóricos de la comunicación exista una contradicción sin aparente solución. Por un lado esta quienes entienden la comunicación como el proceso unidireccional de transmitir información, por otra parte están lo que lo asumen como el proceso de compartir y construir conjuntamente la información (Cabrera & Pelayo, 2002).



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Transmitir y compartir se sitúan en polos opuestos en una posible acción de comunicar. Transmitir significa la admisión de que algún conocimiento que poseo puedo pasarlo a otro, mientras que compartir significa comunión, encuentro, participación, elaboración con otro del conocimiento. (Vidal, 2000, pág. 5)

Los estudios latinoamericanos sobre la comunicación de finales del siglo XX, colocaron en el centro de sus análisis a la comunicación desde un modelo participativo y bidireccional. Los teóricos latinoamericanos investigaron, no solo la transmisión y los componentes de esta, sino la relación comunicativa y el papel del receptor en la interacción. Así, Barbero (1987), Orozco (2001) y Canclini (2002) concuerdan el giro de dan en sus análisis entendiendo los procesos comunicativos más cercanos a la noción de participación. Los roles de emisor y receptor se intercambian y diluyen, casi desaparecen en un proceso social activo de construcción y reconstrucción de significados.

La comunicación es un proceso que se encuentra conectado a todas las necesidades humanas. Una de las diferencias principales que tenemos con el resto de los animales, es precisamente la capacidad de expresar lo que sentimos y pensamos.

Llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes. (Fonseca, J. 2010. Pág. 94)

De acuerdo a las definiciones mencionadas, se identifica que comunicación es un proceso que se establece en un contexto histórico-cultural, que mediatiza y facilita las relaciones humanas, y en el cual se construyen y refuerzan significados a través de signos y símbolos a diferentes niveles de la organización social (Cáceres, 2013)



La comunicación es una herramienta que permite a los seres humanos establecer relaciones sociales estables y eficientes. La comunicación es de vital importancia para el mundo de los negocios, la política, la economía, o simplemente la vida social. En el próximo capítulo se profundizará en la importancia de este proceso sin el que la sociedad no hubiera alcanzado el grado de desarrollo que actualmente exhibe (Breth, 2009).

1.3.2.- Importancia de la comunicación

En la actualidad la comunicación ha ganado tanta relevancia que algunas personas han comenzado a creer que todos los problemas son solubles desde esta disciplina de las ciencias sociales. La realidad es que muchas problemáticas a las que se enfrentan los seres humanos no son, en absoluto, solubles solo con comunicación, pero esta sí juega un papel importante en el proceso de buscar e implementar soluciones a los problemas. (Prieto, 2009)

El hecho de que la comunicación esté presente en cada uno de los aspectos de la vida de los seres humanos, se debe en gran medida a que esta constituye un “complejo proceso de carácter social e interpersonal mediante el cual se producen intercambios de mensajes, y se ejerce una influencia recíproca entre los interlocutores que propicia diversas interacciones racionales y emocionales” (Mosquera, M. 2008, Pág. 94).

La necesidad de comunicación nace con el hombre mismo. En los primeros momentos de la vida, tras el nacimiento, la primera forma de comunicación que tiene el hombre con los miembros de su especie es el llanto. Con el llanto los bebés expresan sus necesidades, ya sea hambre, incomodidad, dolor, u otros malestares. Con el tiempo los individuos van aprendiendo otras formas gestuales y verbales de comunicación, pero el llanto, como forma primigenia de comunicación, nunca los abandona (Robbins, 2010).



El desarrollo de la ciencia y la tecnología favoreció la aparición de los medios de comunicación modernos. Estos se han convertido en herramientas imprescindibles, al punto de que han marcado una nueva etapa evolutiva de la historia humana, la era de la comunicación y la información (Flores & Arruti, 2004).

Los medios de comunicación permiten a los seres humanos aunar esfuerzos para alcanzar metas que serían imposibles de alcanzar de forma individual. En la actualidad la comunicación es el soporte que mantiene cohesionadas a las sociedades modernas. No es errado decir que actualmente el resto de los sistemas que el hombre ha diseñado dependen del funcionamiento del sistema de comunicación, con todos sus componentes, medios, canales y espacios de comunicación creados por, y para el hombre (García, 2008).

1.3.3.- Elementos que componen la comunicación

Para el diseño de una campaña de comunicación efectiva y eficaz, deben tenerse en cuenta los elementos que intervienen en este proceso humano. De acuerdo al modelo propuesto por Chiavenato, I. (2010) los elementos de la comunicación son:

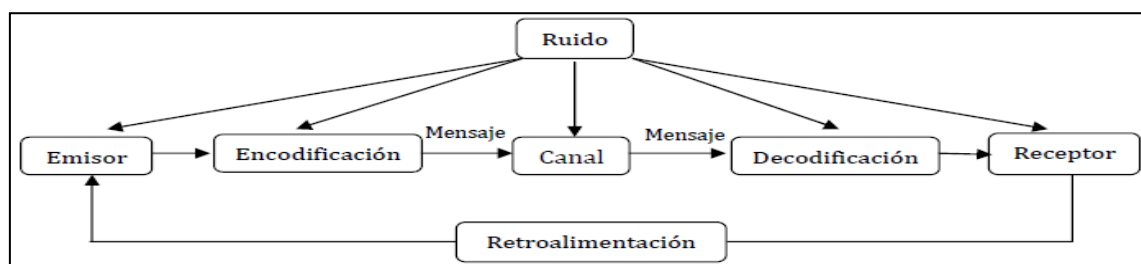


Gráfico 3. Diagrama del proceso de comunicación

Fuente: Chiavenato, I. (2010)

Aunque este modelo se corresponde con la teoría clásica de la comunicación, y ya algunos autores han señalado las limitaciones del mismo, en términos operativos mantiene su validez para describir de manera didáctica los



UNIVERSIDAD DE CUENCA

componentes del proceso comunicativo. A continuación se desarrollan los elementos de la comunicación:

El Emisor es aquel actor de la comunicación que “determina la forma, el contenido, el lenguaje, las imágenes, los repertorios, los códigos, los valores y los medios” (Costa, J. 2009). Para que un individuo se convierta en emisor debe contar con cierta información que considera relevante compartir, o que esta modificará en alguna forma el comportamiento del interlocutor (Cabrera & Pelayo, 2002).

Se entiende por encodificación el proceso mediante el cual una idea o pensamientos se transforma en código. Este proceso se lleva a cabo teniendo en cuenta las particularidades del medio o canal por el que el mensaje transitará, pues no es lo mismo codificar una idea para ser transmitida por prensa escrita que por televisión (Cabrera & Pelayo, 2002).

El mensaje: “es un conjunto de ideas codificadas que viajan a través de un canal por el cual comunicador se encuentra relacionado con el receptor” (Martínez, F. 2012).

Los teóricos entienden que un canal es “todo aquel conducto por el que podemos enviar un mensaje.” Homs, A. (2009). Por conducto debe entender cualquier soporte, físico o digital, que permite la transmisión de señales a través de él, y por supuesto, no cualquier señal, sino aquellas que son compatibles con las características y tipo de canal Robbins, C. (2010), ha señalado que existen dos tipos fundamentales de canal, los formales, y los informales. Los primeros están relacionados con las cadenas jerárquicas, y son comunes en instituciones. En cambio los canales informales no poseen tal nivel de estructuración, y responden más bien a necesidades humanas de socialización.



La decodificación es el proceso mediante el cual el receptor descifra los códigos recibidos con el objetivo de hacerse una representación lo más exacta posible de la idea que el emisor intentó transmitirle. No se puede afirmar que la idea recibida por el receptor es exactamente igual a la transmitida por el emisor, pues tanto el emisor, como el receptor, apelan a sus conocimientos, su memoria, incluso su estado de ánimo para elaborar o interpretar las ideas (Cutlip, Scott, 2010).

El receptor es uno de los actores que interviene en el proceso de comunicación. Es el que realiza la decodificación del mensaje, y del que se espera una modificación del comportamiento, y la emisión de otro mensaje en forma de retroalimentación (Sandoval García & Al-Ghassani, 2010).

La Retroalimentación es “la respuesta generada como consecuencia del mensaje y enviada al emisor original del mismo” (Homs, A. 2009). La comunicación siempre tiene una intencionalidad sobre la conducta del receptor, la retroalimentación permite saber si esta la intención con la que fue enviado el mensaje ha sido cumplida o no. Es muy importante en las comunicaciones interpersonales, pues permite reajustar los mensajes sin perder tiempo. En aquellos canales mediatizados es más difícil de obtener una retroalimentación inmediata (Mosquera, 2008).

Por Ruido se cualquier factor que influye en la comunicación dificultando la adecuada transmisión o recepción del mensaje. Los ruidos pueden llegar a distorsionar de tal manera un mensaje que este cuando sea decodificado por el receptor, adquiera una connotación diferente a la intención del emisor, provocando así malos entendidos (Breth, 2009).

La comunicación efectiva es aquella que además posee cierta intencionalidad. Un mensaje que no tenga como propósito modificar la conducta de la persona a la que va dirigida no puede llamarse comunicación, es en el mejor de los casos, mera transmisión de información. La intencionalidad de la comunicación es lo que



permite determinar la efectividad de la misma, cuando a través del proceso de retroalimentación se pueden identificar señales de cambio, o no (Costa, 2009).

Para que una comunicación sea efectiva no basta que esté marcada por la intencionalidad, es necesario además que esta se realice respetando las particularidades del emisor a la que va dirigida.

A lo anteriormente señalado debe agregarse que los mensajes emitidos pueden ser transmitidos por diversos canales. Escoger el canal, el momento, y la forma adecuada en cada momento para establecer siempre comunicaciones efectivas no es tarea fácil. Una de las técnicas que se pueden utilizar para establecer comunicaciones efectivas es la Programación Neurolingüística o PNL (Bavister & Vickers, 2011).

La PNL permite crear modelos que facilitan la comunicación entre las personas. Parte del supuesto de que en cada individuo, según su estructura cerebral, uno de los sentidos tiene mayor impacto en la aprehensión del mundo. Según los postulados de la PNL, en cada uno de los seres humanos prima uno de los sentidos para percibir el mundo. Según los teóricos de la PNL, en función del sentido que prime en cada individuo serán los modelos, posturas y frases más usadas por dichas personas para establecer comunicación con sus iguales (Bavister & Vickers, 2011).

La Programación Neurolingüística sugiere la clasificación de las personas en tres grupos:

- Las personas que dan prioridad a lo visual, los cuales tienden a prestar mayor atención a la percepción de colores, gráficos, figuras. Estas personas por lo general tienen cierta capacidad de formar imágenes de las cosas y situaciones de manera muy rápida. Es usual que cuando necesitan recordar algún recuerdo miren hacia arriba, a veces mantienen con



mayor facilidad la postura erguida. Entre sus características fundamentales están la inclinación hacia la limpieza, el orden, muestran rasgos obsesivos con la forma en que lucen los otros. Son rápidos a la hora de hablar pues pueden formar imágenes con cierta velocidad en su mente. Para estos individuos la mirada, es un elemento imprescindible en la expresión de todo aquello que necesitan comunicar.

- Las personas del sentido auditivo más desarrollado constituyen otro grupo identificado por los neuro lingüistas. Estas personas por lo general han desarrollado su percepción basada en situaciones en las que el sonido es el elemento primordial. Una de las formas de reconocerlos, es que generalmente cuando hablan balancean la cabeza, o suelen tocarse con regularidad. Son personas que modulan su voz para hablar, y no soportan que otros le eleven el tono.
- Finalmente, el tercer tipo de personas que reconocen los neuro lingüistas son aquellos que priorizan el sentido cenestésico. Estas personas han tenido un desarrollo marcado por experiencias y vivencias en las que el movimiento y el tacto juegan un papel determinante. Tienden a mirar hacia abajo cuando hablan, y son más lentos en la comunicación, por lo que les cuesta trabajo entenderse con los visuales. Estos individuos son muy dados al contacto físico, a tocar a sus interlocutores cuando hablan con estos. Generalmente se expresan en voz baja, y no soportan que le eleven el tono de la voz.

Los elementos de la comunicación están presentes en todos los actos comunicativos, independientemente de la situación específica, o del medios escogido para difundir la información, de ahí la importancia de dominar estos aspectos teóricos. Sin embargo, para el desarrollo del proyecto de revista, es necesario detenerse en el análisis de otros conceptos igualmente importantes, como son los medios de comunicación.



1.3.4.- Funciones de la Comunicación

La comunicación, como proceso social, cumple un grupo de funciones sociales que vale la pena destacar. Primeramente este proceso posee un carácter informativo, mediante la producción, difusión y consumo de noticias, hechos, datos, opiniones, comentarios los individuos pueden seguir los acontecimientos de la sociedad, aun sin estar en contacto directo con los mismos. Otra de las funciones principales de la comunicación es la socialización, un proceso que facilita la participación efectiva de los individuos en la sociedad (Sandoval García & Al-Ghassani, 2010).

Otra de las funciones de la comunicación, es la motivación de los individuales por las actividades colectivas. En este caso, la comunicación permite trazar objetivos comunes a varias personas, y trabajar coordinadamente para el alcance de estos. Por otro lado, este imprescindible proceso social, tiene un carácter dialógico, pues facilita el intercambio de información, puntos de vista y opiniones entre los diferentes individuos que componen la sociedad.

La comunicación también es un proceso educativo, pues gracias al intercambio de información los seres humanos podemos enseñar y aprender de la experiencia y los conocimientos de otros.

El proceso de comunicación tiene entre sus funciones la integración, pues permite el acceso de los individuos a diversidad de mensajes, pero pasando estos por filtros que determinan qué información es necesaria, y cuál no. La comunicación como además tiene la función de promover y preservar la cultura, entendiéndola en su sentido más amplio, como:

...todo aquello, material o inmaterial, que identifica a un determinado grupo de personas, y surgen de sus vivencias en una determinada realidad. Dicho de otro modo, cultura es la manera como los seres humanos desarrollamos nuestra vida y construimos el mundo o la parte donde habitamos. (Portugal, 2007)



Finalmente, el proceso de comunicación tiene también una función recreativa, pues se encuentra en la base de todas las actividades de esta índole que realizan los seres humanos, tales como todas las disciplinas del arte, y los diferentes juegos, tanto físicos, de roles, como digitales.

1.3.5.- Estrategia de comunicación

Se denomina estrategia de comunicación al conjunto de acciones adecuadamente planificadas y diseñadas para alcanzar determinados objetivos, valiéndose de métodos y técnicas de comunicación eficaces. Para que una campaña de comunicación resulta efectiva debe definirse un público meta, y orientar todas las acciones a impactar fundamentalmente sobre este (Meneses, Caparrós, Arias, Guillermprieto, & Gustavo, 2011).

El primer elemento que debe tener claro la persona encargada de diseñar la estrategia, es la definición precisa de objetivos. Unos objetivos bien elaborados facilitarán en gran medida la solución de los problemas a los que se enfrenta la estrategia. Para desarrollar adecuadamente esta última es necesario tener claros otro grupo importante de elementos, por ejemplo, cuáles actividades y acciones específicas responden a cada objetivo, con qué recursos humanos, técnicos y financieros se cuentan para la implementación de la estrategia, que criterios de medidas se van a establecer para saber el nivel de cumplimiento de los objetivos trazados. Una estrategia no es un ente inamovible, por el contrario, debe someterse a constantes procesos evaluativos que permitan corregir el rumbo en caso de que el curso de las acciones se aleje del alcance de los objetivos y metas propuestas (Flores & Arruti, 2004).

La principal razón por la cual se diseña una estrategia es para sistematizar una forma planificada de búsqueda de soluciones, desde el campo de la comunicación, a determinados problemas. Es importante que tanto el diseño como la implementación y evaluación de la estrategia se realice con la gente, no



solo para la gente. No errado asegurar que “para realizar una estrategia de comunicación se debe tomar como principio el discurso de la filosofía de la campaña: la misión, visión, ética y vocación, que los ejecutores de la campaña desean compartir con el público” (Prieto, D. 2009, Pág. 2-5) En otras palabras, una estrategia debe partir de la definición de una filosofía que asiente en un cambio de una cultura. Una estrategia que no se trace como objetivo cambiar positivamente la realidad sobre la que pretende impactar, está destinada al fracaso (Alsina, 2001).

1.3.6.- Barreras de la comunicación

La comunicación entre dos o varias personas puede presentarse en ocasiones obstáculos que dificulten el adecuado desarrollo del proceso. Estos obstáculos son comúnmente conocidos como barreras en la comunicación. Es importante analizar el proceso de comunicación para identificar las posibles barreras que pueden surgir, para tomar las medidas pertinentes que permitan disminuir, o si es posible, eliminar dichos obstáculos.

Es importante destacar que las barreras pueden surgir asociadas a cualquiera de los diferentes componentes que intervienen en el proceso de comunicación. Una barrera puede darse porque uno de los actores de la comunicación no tenga una actitud favorable hasta el otro, o porque el canal escogido para establecer la comunicación sea deficiente, las barreras pueden estar causadas por agentes externos que estén incidiendo sobre el proceso. En fin, sin infinitas las posibles barreras a las que se pueden enfrentar los comunicantes, sin embargo, es esencial realizar una clasificación de las mismas, que permitan identificarlas, y adelantarse a su surgimiento (Costa, 2009).

Las barreras pueden clasificarse en ambientales: Bajo esta clasificación se reúnen todos aquellos los elementos asociados a los objetos y personas que se encuentran alrededor en el momento del desarrollo del proceso comunicativo, y



que interfieren en este, ya sea ejerciendo influencia sobre las personas, o sobre el los canales de comunicación establecidos (Cabrera & Pelayo, 2002).

En segundo lugar se pueden encontrar las barreras fisiológicas y físicas, las cuales siempre están asociadas a uno, o varios, de los actores de la comunicación, en forma de limitaciones o deformidades en los órganos que en ese momento intervengan en el proceso (Cabrera & Pelayo, 2002). Por ejemplo, cuando una persona sorda intenta comunicarse con otra que no lo es, y no domina el lenguaje de señas, la situación de la primera actúa como una barrera a esa comunicación.

Existen también barreras sociológicas, entre las que se cuentan las creencias, los prejuicios, las actitudes de determinadas personas ante otros individuos con los que no se comparta los mismos puntos de vista, ideología o forma de pensar. Una barrera sociológica común en la comunicación surge cuando un religioso extremista, como es el caso de algunos radicales islámicos, debe establecer cierto diálogo con otra persona no creyente. Muy cercanas a estas, y en ocasiones simultáneamente, se pueden identificar barreras psicológicas, estas pueden ser de índole emotivas o cognoscitivas, es decir, puede estar vinculada al estado emotivo de las personas, o al nivel bajo, o en ocasiones muy elevado, de conocimientos que esta posea (Cabrera & Pelayo, 2002). Cuando una de las dos personas que se están comunicando, tiene un estado de ánimo exaltado, o deprimido, esto puede dificultar una correcta comunicación entre ellos.

También es posible identificar, como factores que en ocasiones influyen negativamente en la comunicación, la existencia de barreras sociales y culturales, el ejemplo más claro de esta tipología lo constituye las palabras polisémicas, es decir, que poseen varios significados. Otra variante de barreras sociales y culturales son los rumores, los cuales pueden predisponer a los actores de la comunicación tornar el proceso bastante difícil (Mosquera, 2008).



La existencia de un proceso totalmente libre de barreras en la comunicación es un utopía, siempre existen factores que influyen, ya sea positiva o negativamente en la comunicación. A lo que deben aspirar los actores de la comunicación, es que las barreras existentes no inmovilicen totalmente el proceso comunicativo. Para esto es necesario estudiar el riesgo que existe del surgimiento de determinadas barreras en la comunicación, valorar si su impacto en la comunicación es considerable, y como puede disminuirse este al máximo. Para lograr esto último, lo más aconsejable es tomar un conjunto de medidas acordes a los resultados del diagnóstico realizado (Leon, 2005).

En el caso de la creación de un medio de comunicación que estará dirigido a un público extenso y heterogéneo, las medidas para reducir las barreras de la comunicación cobran especial importancia. Por esta razón no debe perderse de vista nunca que la comunicación mediática debe cumplir con “cuatro requisitos fundamentales, dos de tipo institucional que son: ser sistémica, y realizada en grupo; y dos de tipo personal, que son: estar basada en un estudio completo del individuo e ir orientada a mejorar su calidad de vida” (Juncos, O. y Pereiro, A., 2009, Págs.565-586).

1.3.7. Campaña publicitaria

El término campaña ha sido definido por la Real Academia de la Lengua Española (2010) como. “Conjunto de actos o esfuerzos de diversa índole que se realizan para conseguir determinados objetivos.” Ya en esta definición se pueden encontrar tres elementos importantes de una campaña. Una campaña siempre está compuesta por más de una acción, las acciones o esfuerzo son diversos, es decir, se realizan a través de diferentes medios. En tercer lugar, un campaña se realiza para alcanzar determinados objetivo, siempre parte de ellos, y debe regresar a ellos en forma de resultados obtenidos (Chiavenato, 2010).



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Una campaña publicitaria es un conjunto de acciones de comunicación que buscan posicionar un concepto, un producto o servicios en la mente de los consumidores potenciales. Todas las acciones deben girar en torno a eje comunicativo bien establecido, y determinadas pautas que ayudan a dar coherencia a los diferentes mensajes emitidos en el marco de la campaña (Robbins, 2010).

Normalmente, tras la realización de un estudio de mercado, se elabora una campaña para dar satisfacción a las necesidades detectadas. Cada campaña lleva implícito un plan de campaña, en el que se resume la situación en el mercado, se detallan las estrategias y tácticas a seguir, los canales en los que se desarrollaran las actividades y acciones propuestas. Por supuesto, en el marco de la campaña deben definirse pautas creativas que determinaran la cantidad y calidad de los contenidos así como la forma visual de estos. Es perfectamente posible que en la campaña se integren el uso de herramientas de la comunicación social tales como las relaciones públicas, la comunicación visual, la organización de eventos, entre otros (Cutlip, Scott, 2010).

Las campañas pueden llevarse a cabo para lograr que determinado grupo de la población conozca y asuma ciertas valoraciones, juicios, interpretaciones o comportamientos en relación a un producto o una ideología. Una campaña es efectiva, solo si logra movilizar o reorientar el comportamiento del grupo o clase que resulta su público diana. Una estrategia, o campaña de comunicación siempre debe tomar en cuenta un grupo de factores importantes que determinarán, en última instancia, obtener los resultados esperados, entre estos factores están: la información que compone el acontecer que se desea dar a conocer, la plataforma para la nueva cultura laboral, Investigación de campo, objetivos y alcances de la campaña, población destino, los canales existentes y disponibles para el desarrollo de las acciones. Cuando se defina la campaña deben clarificarse lo más posibles aspectos tales como la información básica a difundir, etapas de la circulación de información, selección de géneros y formatos,



y sobre todo el procedimiento y técnicas para evaluar el éxito de las acciones (Gamez, 2004).

Una organización que desee impactar positivamente en su comunidad no puede dejar al azar el desarrollo de las acciones comunicativas que implemente, necesita por el contrario planificar dichas acciones. Una campaña o estrategia de comunicación funciona como una especie de guía, que contiene los objetivos de la organización, y las pautas para orientar las acciones hacia el alcance de los objetivos. (Portugal, 2007)

En la planificación que se realice deben tenerse en cuenta todos recursos comunicacionales de la empresa, abarcando a los externos e internos como: marketing, publicidad, atención al cliente, etc. Solo con el establecimiento de una minuciosa, y a la vez flexible, estrategia de comunicación aumentan las probabilidades de alcanzar los objetivos trazados. (Vidal, 2000)

Los autores Kotler P. y Amstrong, G. (2008) sugieren el siguiente esquema para el desarrollo de una campaña publicitaria eficaz.

Identificación del público meta
Elaboración de los objetivos de la campaña
Diseño del mensaje
Elección de los medios de comunicación
Elección de origen del mensaje
Obtención de retroalimentación

Cuadro 1. Desarrollo de una comunicación eficaz.

Fuente: Kotler P. y Amstrong, G. (2008)

Como se ha podido observar la creación e implementación de una campaña de comunicación transita por una serie de etapas o fases que aseguran el éxito. Es



de vital importancia alejarse de la total improvisación, lo que no quiere decir que la campaña no pueda ser constantemente reajustada en función de las metas propuestas. (Cabrera & Pelayo, 2002)

1.3.8.- Medios de comunicación en la actualidad

El concepto medio de comunicación hace alusión al instrumento o soporte por el cual se realiza el proceso de comunicación. Generalmente es utilizado este término para referirse a los medios de comunicación masivos; pero esta es una acepción incorrecta, pues existen múltiples medios que no tiene carácter masivo y aun así muestran una gran efectividad comunicacional en la actualidad. Ejemplo de estos últimos pueden ser el teléfono, la correspondencia, los mensajes digitales de texto, entre otros (Krusche, 2001).

Una clasificación a priori de los medios de comunicación más reconocidos debe comenzar por la comunicación interpersonal, la cual puede generarse entre dos o más personas. Dentro de esta variante se puede incluir la comunicación grupal. Entendida como medios de comunicación son recomendables incluirlo dentro de las campañas de comunicación, pues muestra la ventaja que con la utilización de acciones de comunicación interpersonal se pueden obtener retroalimentaciones simultáneamente a la implementación de las acciones planificadas (Krusche, 2001).

Dentro de la categoría de medios interpersonales, pero con ciertas características que le ganan el mérito de presentarse de forma independiente, se pueden mencionar a los actos públicos. Este tipo de comunicación permite llegar a grupos de personas relativamente grandes, sin embargo aún no se puede decir que sean medios de carácter masivos. La efectividad de estos medios estará indisolublemente ligada a la capacidad oratoria de las personas que dirijan los actos (Cabrera & Pelayo, 2002).



UNIVERSIDAD DE CUENCA

La prensa escrita es un medio que ha demostrado con creces su efectividad. A partir de la llegada de la modernidad, con la Revolución Francesa, la prensa escrita ha demostrado una y otra vez que tiene un poder de difusión de ideas, e influencia en las masas no superado por ningún otro medio hasta la actualidad. Algunos autores plantean que la prensa escrita se encuentra en vías de desaparición, desplazada por las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, sin embargo, esta es una premonición que no parece que se vaya a cumplir en el corto o mediano plazo (Krusche, 2001).

Los medios gráficos están compuestos por un conjunto de soportes visuales tales como carteles, vallas, volantes, trípticos, etc. Estos medios aprovechan las ventajas de la utilización de imágenes y texto combinados para presentar de forma atractiva los mensajes. Según el contexto en el que serán usados se debe priorizar el texto sobre la imagen o viceversa (Cutlip, Scott, 2010).

En las primeras décadas del pasado siglo se masificó un medio que hasta la actualidad continúa demostrando su efectividad comunicacional. La radiodifusión aun en la actualidad continúa siendo de los medios masivos con mayor índice de audiencia y popularidad. Numerosas investigaciones han demostrado que una parte considerable de la población mundial es consumidora de programas radiales (Fernández, 2011).

La televisión es el medio que integra en un solo formato todos los elementos característicos de los demás medios, dígame audio, imagen fija y en movimiento y texto. La desventaja de la televisión respecto a los otros medios es que tanto los productores como receptores deben incurrir en gastos que no siempre se encuentran al alcance de las clases bajas y desprotegidas. Por otra parte, este derroche de recursos comunicativos puede lograr un mayor impacto y credibilidad de los mensajes transmitidos a los usuarios (Fernández, 2011).



El desarrollo vertiginoso de las tecnologías de la comunicación y la información ha favorecido el surgimiento de un grupo de medios que se soporta exclusivamente sobre en el entorno digital. Un ejemplo de medios lo constituye el correo electrónico el que básicamente consiste en el envío de información a través del correo electrónico a listas de contactos. La efectividad de estos medios ha sido ampliamente cuestionada pues existen múltiples programas que bloquean los mensajes spam (Chiavenato, 2010).

En la actualidad los teléfonos inteligentes se han convertido en uno de los medios más utilizados a nivel global. La ventaja fundamental que tienen estos equipos, es que permiten acceder desde un mismo dispositivo a una gran cantidad de servicios de comunicación tales como internet, mensajería, televisión y radios online, prensa digital, redes sociales entre otros. Los últimos avances que se están realizando en estos dispositivos, permiten conectarlos y controlar diversos equipos electrodomésticos, gracias a un fenómeno que se denomina, el internet de las cosas (Vidal, 2000).

El gran suceso del siglo que corren, en materia de medios de comunicación, lo constituyen las redes sociales. Estos medios han alcanzado tanta notoriedad que están modificando radicalmente la forma en que los seres humanos se comunican. Las redes sociales funcionan mediante la interconexión, en plataformas digitales, de un conjunto de actores. Para el acceso a las redes sociales es necesaria la conexión a través de internet. Las redes sociales son un medio estratégico en la comunicación actual al tener mayor cobertura y niveles elevados de eficiencia en la transmisión de ideas (Cabrera & Pelayo, 2002).

1.3.9.- Importancia de los medios de comunicación

La sociedad actual no sería lo que es, sin el desarrollo que han alcanzado los medios de comunicación. Una de las ventajas, y a la vez, peligros que muestran los medios de comunicación es que estos funcionan como filtros a través de los



cuales los individuos observan, interpretan y aprenden la sociedad en que viven. Esta particularidad les otorga una gran responsabilidad para con la ciudadanía, pues los coloca en el compromiso de reflejar los acontecimientos con el mayor grado de objetividad posible. (Ander-Egg, 1999)

La influencia de los medios de comunicación sobre los individuos es tal, que algunos teóricos los colocan al nivel de los poderes clásicos de las democracias occidentales. Esta afirmación queda demostrada en la frase de Sandoval, A., García, S., y Al-Ghassani (2010) al expresar que “Los medios de comunicación son un poder innegable en la sociedad mundial que ha permitido que se los catalogue como el cuarto poder”.

Los medios de comunicación deben manejarse con absoluta responsabilidad, pues la calidad de la información debe primar por sobre los interés particulares. Aunque los medios efectivamente tengan cierto poder sobre la sociedad, debe evitarse toda costa que los dueños o directores de estos piensen únicamente en utilizarlos para producir ganancias económicas. Es necesario que los medios también piensen en términos de ganancias sociales, apoyando a la ciudadanía con información veraz y oportuna que ayude a los individuos a entender la sociedad en que viven, y les brinde herramientas cognoscitivas para transformarla en una mejor sociedad. (Breth, 2009)

1.3.10.- La revista

Entre los medios impresos más populares en la actualidad se encuentran las revistas. Una revista es una publicación de aparición periódica, a intervalos mayores a un día. “La revista es un medio gráfico de comunicación que por su condición de impreso, sirve para difundir información que pueda ser consultada por el lector en cualquier momento” (Juditt, B., 2013, Pág. 76).



En términos generales la revista es un medio de comunicación impreso, que puede ser de carácter informativo o recreativo, cuya publicación es periódica y en ciertos casos única. Las revistas se estructuran en secciones cuyo contenido se desarrolla de acuerdo a la temática de la revista y al segmento al que se dirige (Alsina, 2001).

En la actualidad la revista es uno de los medios impresos más vendidos, tal vez este éxito se deba a la especialización temática por la que han optado muchas de estas publicaciones. La variedad de revistas que circulan en el mercado abordan temas como: belleza, moda, tecnología, deportes, economía, cultura, entre otros.

Una de las ventajas de las revistas frente a los periódicos, o incluso la radio, es que estos medios pueden abordar temas dedicándole mayor espacio y profundidad en los análisis. Según Cáceres, G. una revista: “tiene como fin informar y crear opinión pública pues se trata de una publicación que revisa, registra y repasa detenidamente lo que sucede en un periodo de tiempo, además destaca hechos importantes” (2013, Pág. 84).

En la actualidad las revistas han comenzado a ganar presencia también en el espacio digital. Muchas publicaciones de este tipo han optado por tener versiones impresas y digitales, en ocasiones mostrando el mismo contenido en ambos soportes, en otras con estrategias y contenidos diferenciados para cada espacio. Incluso, algunas revistas han surgido solo en la variante digital, lo que demuestra que las fronteras entre los tipos de medios es cada vez más difusa (Sandoval García & Al-Ghassani, 2010).

1.3.11.- Tipos de revistas

Para comprender como está organizado en complejo mundo de las publicaciones seriadas, es necesario adentrarse en las tipologías de revistas existentes. Existen muchas formas de clasificar y agrupar las revistas, sin embargo, las más



UNIVERSIDAD DE CUENCA

difundidas son las clasificaciones por contenidos, o por la periodicidad de circulación (Leslie, 2013).

Dentro de la primera Clasificación se encuentran las revistas por su contenido:

- El primer grupo de revistas son las informativas, las cuales ofrecen un paquete de noticias o informaciones sobre acontecimientos y eventos relevantes para sus lectores. Generalmente no cuentan con un alto grado de especialización, sino que incluyen contenidos en los que se traten diversos temas, ya sean políticos, económicos, sociales, culturales, etc. (Leslie, 2013)
- Otro tipo de revistas que gozan de excelente popularidad son las que se centran en temáticas de género. Es decir, son aquellas revistas que están orientadas particularmente a tratar temas que son de interés exclusivo de hombres o de mujeres. Aquí se pueden incluir, en el caso de los hombres, las revistas de fisiculturismo, de vestuario para hombres, etc. en el caso de las mujeres, publicaciones que se centran en el tema de la moda femenina, la maternidad, etc. (Gil, E-zines: diseño de revistas digitales, 2000)
- Un tercer tipo de revista son aquellas que se especializan en el ocio. En estas revistas se pueden encontrar información fundamentalmente sobre actividades de entretenimiento, aunque algunas secciones pueden estar dedicadas a brindar encuestas, juegos, crucigramas, etc. que resulten entretenidos por sí mismos. (Gil, E-zines: diseño de revistas digitales, 2000)

Muchas empresas han identificado las ventajas que poseer publicaciones propias en las que informar sobre los acontecimiento más relevantes de la organización. Aquí es donde entran a jugar un papel importante las revistas



UNIVERSIDAD DE CUENCA

institucionales, las cuales documentan e informan sobre las acciones de una empresa o institución en particular (Leslie, 2013).

Una modalidad de revista con mucho éxito son las gráficas. Este tipo de publicación da prioridad a los contenidos visuales sobre el texto. Los productores y consumidores de este tipo de publicaciones reafirman la famosa frase que una imagen vale más que mil palabras (Zanón, 2005).

Las revistas especializadas son comunes dentro de gremios y sectores dedicados a determinadas actividades. Estas como su nombre lo indica, abordan un determinado aspecto de la realidad, de forma profunda. Las personas que elaboran los contenidos de la misma generalmente poseen un conocimiento muy profundo en la materia y escriben pensando en lectores que también cierto grado de experticia en el tema, lo que les permite comprenderlas y sacarles provecho. Dentro de este tipo de revistas se encuentran aquellas dedicadas a los autos, de motos, de computación, de psicología, negocios, tecnología o de educación, etc. (Zanón, 2005).

Las revistas infantiles son aquellas que están dedicadas a los niños, se caracterizan por un contenido sencillo y divertido, contienen dibujos y otras ilustraciones. Estas publicaciones se caracterizan por el uso de colores vivos, de textos poco complejos que sean asequibles al entendimiento, aun en desarrollo, de los niños. (Gil, 2000)

En fin, existentes tantos tipos de revistas como contenidos puedan abordar estas. Pero todas las publicaciones no tienen el mismo alcance, pues este depende del tamaño del sector, grupo o comunidad a la que se dirige, y la periodicidad de impresión. Este último aspecto además condiciona otro tipo de clasificación, en este caso por la periodicidad de aparición de nuevos números.



De acuerdo a la periodicidad de la revista estas pueden ser semanales, quincenales, mensuales o de otra rotación de acuerdo a los intereses de los productores y editores. Existen revistas incluso trimestrales, es el caso de las revistas con un alto grado de especialización científica, en la que los contenidos deben ser minuciosamente revisados por pares, o comités científicos para avalar la calidad del contenido (Leslie, 2013).

1.3.12.- Comunicación efectiva o eficaz en medios impresos.

La comunicación efectiva es aquella en la que el receptor reacciona positivamente según los objetivos del emisor, o al menos logra decodificar sin dificultad mensaje. Martínez, F. (2012) propone cuatro factores que intervienen en la comunicación y que pueden determinar el éxito en la emisión, recepción y comprensión del mensaje.

- El primer factor que determina el éxito de en la comunicación son las habilidades comunicativas de los interlocutores. Dentro de las habilidades se pueden mencionar las facilidades para estructurar adecuadamente las ideas, el empleo de palabras claras, conocimiento de reglas gramaticales y ortográficas, entre otras destrezas que le permiten al emisor modificar su mensaje de acuerdo a lo que quiere decir.
- Otro factor determinante son las actitudes. En comunicación lo emotivo tiene un gran peso, es por eso que los sentimientos de aceptación o rechazo hacia otras personas, temas, situaciones, objetos, pueden condicionar positiva, o negativamente el proceso.
- El factor cognoscitivo también es muy relevante en el proceso comunicativo. El nivel de conocimiento que posean los actores de la comunicación, puede favorecer o entorpecer la comunicación entre ellos. Lo ideal es que todos los participantes posean un nivel similar, de esta



UNIVERSIDAD DE CUENCA

forma compartirán los mismo códigos y el esfuerzo para entenderse con el otro disminuye.

Finalmente, la posición dentro del sistema que tiene el emisor también es determinante para la comunicación. Una persona que tenga la responsabilidad, o la necesidad de comunicar determinada idea no se dará por vencida fácilmente, si una estrategia no le funciona, buscará otra vía para transmitir su mensaje.

Se puede decir que una comunicación es efectiva cuando logra modificar en alguna medida el comportamiento, las actitudes, opiniones del receptor como respuesta al mensaje. En el caso de los medios interpersonales se puede recibir una retroalimentación inmediata, lo que permite saber si los objetivos de la comunicación se están cumpliendo, en el resto de los medios es más complejo identificar si los resultado de los mensajes emitidos se corresponden con los deseados.

Martínez, F. (2012), considera que para lograr una comunicación efectiva el emisor debe Clasificar y clarificar las ideas antes de comunicarlas, tener presente el contexto en el que se comunicará los mensajes, examinar el propósito de los mensajes, estar atento al contenido y la forma en que emiten los mensajes, tomar en cuenta las necesidades e intereses del receptor. En determinados casos es recomendable consultar a especialistas para diseñar una comunicación adecuada, lo que sin duda aumentará la efectividad de los mensajes.

De todo lo anteriormente expresado, lo más importante es centrarse en el público al que va dirigida la comunicación. Si la comunicación es un proceso intencional, como analizó antes en este capítulo, solo logrará su objetivo si se piensa en función de las necesidades y características de los receptores. Al respecto Breth (2009), ha expresado que: “para poder lograr cualquier cambio, el mensaje debe ser importante para el receptor, es decir debe causarle un cierto impacto” (Pág. 73).



1.3.13.- Responsabilidad social de los medios de comunicación

En Ecuador se le atribuye gran relevancia a la responsabilidad social de los medios de comunicación, al punto de que ha quedado legislado de la siguiente forma:

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior. (Asamblea Constituyente, 2008)

La preocupación por la responsabilidad social de los medios parte del reconocimiento del alcance e influencia que estos poseen. Los *mass media* o medios masivos de comunicación ejercen su influencia sobre las personas al modificar su modelo de vida, costumbres, hábitos de consumo e incluso modelan sus opiniones. Los medios constituyen poderosas herramientas capaces de persuadir a la sociedad para nuclearse en torno a determinada forma de pensar y de vivir (Zanón, 2005).

El poder que pueden ejercer los medios debe estar sujeto a cierto control, para tener la seguridad que los temas y enfoques desarrollados están en función del desarrollo y educación de la ciudadanía, y no en su contra. Se puede hablar de responsabilidad social de los medios de comunicación cuando estos funcionan sobre la base de la ética profesional. Si se logra que los medios de comunicación tomen como suya la bandera de la responsabilidad social, entonces aumentan las posibilidades de que la ciudadanía experimente un desarrollo real, y adopte también, dichos postulados éticos y morales para sí mismos (Cutlip, Scott, 2010).



1.3.14.- Marketing y campañas de Comunicación Social

El marketing social se basa en la aplicación de técnicas, desarrolladas con fines comerciales, al análisis, ejecución y evaluación de programas cuyo fin es promover un cambio social favorable y un comportamiento de la audiencia en base a un modelo social. Una de las variables más importantes dentro del marketing social es la promoción y comunicación de modelos de comportamientos que resulten beneficiosos para los individuos y las sociedades. La forma más efectiva de llevar a cabo dicha promoción es través de la realización de campañas de comunicación social (Breth, 2009).

Una campaña de comunicación social, de acuerdo a Cutlip, S. (2010) “es una actividad de comunicación persuasiva que se dirige al receptor no en su dimensión como consumidor sino en su condición de ciudadano”. Las campañas de comunicación social, también conocidas como campañas de bien públicos, no se realizan con fines lucrativos, sino que buscan persuadir al público objetivo de la importancia de determinadas prácticas o modelos de comportamientos que son favorables a su persona (Philip, 2002).

Las campañas de comunicación social tienen un inminente carácter educativo, en tanto buscan que los ciudadanos incorporen pautas de comportamientos que los coloquen en un estado de civilidad acorde con la sociedad en que viven. Por este motivo se puede decir que la comunicación, desde el ámbito social, juega un papel determinante en la transformación de la sociedad. Una de las misiones fundamentales de la comunicación social es promover la participación consciente de la ciudadanía en la construcción de la nueva sociedad (Philip, 2002).

Las etapas de una campaña de comunicación social son:

- a) Análisis de la situación.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Realización de un diagnóstico, a través de diferentes técnicas de recogida y análisis de información, sobre la situación problemática que se necesita resolver.
- b) Establecimiento de la estrategia de comunicación.
- Diseño y aplicación del Briefing: datos necesarios para la campaña.
 - Elaboración de los Objetivos de la campaña.
 - Definición del Público objetivo.
- c) Preparación del plan creativo.
- d) Diseño de las Estrategias, selección de las técnicas y medios de difusión más apropiados para la implementación de la campaña.
- e) Indicadores de medición o monitoreo continuo.

1.3.15.- La revista como parte de la mediación social

Como se vio anteriormente, las revistas son medios que gozan de una popularidad excepcional en las sociedades actuales. Las revistas actúan como mecanismos de mediación, promoviendo la toma de conciencia dentro de un grupo social determinado sobre temáticas que pueden resultar determinantes para el desarrollo de modelos de comportamiento éticos y cívicos (Zanón, 2005).

Una revista puede resultar un medio eficiente para alcanzar a un público disperso geográficamente y heterogéneo en cuanto a motivaciones y nivel intelectual. La principal ventaja de este medio, respecto a los demás, es que presenta una relación costo - beneficios que la convierte en una alternativa viable para difundir una gran cantidad de información de calidad y una excelente presentación y diseño de los contenidos (Leslie, 2013).

Las revistas pueden combinar artículos extensos, de carácter informativo y educativo, con notas breves, imágenes impactantes, e infografías, lo que las convierte en medios atractivos para un amplio sector de la sociedad.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Generalmente este tipo de publicación no se desecha, pues muchos de los contenidos son perecederos, es decir, no caducan con el tiempo, por lo que los lectores pueden planificar y dosificar la forma en que consumen la información presentada (Homs, 2009).

Finalmente, por las características que presentan las revistas, resultan medios idóneos para abordar de forma efectiva, creativa y motivante, temáticas y contenidos relacionados con las costumbres, creencias, tradiciones y atractivos de las parroquias de cantón de Cuenca. Esto es posible pues la revista, como soporte comunicacional, posee una mirada de construcción específicamente humana resultante de la acción social que hace posible el ser humano llegue a constituirse y aceptarse como tal (Zanón, 2005).

La relación de la diversidad cultural, social o económica con la revista se manifiesta al demostrar y resaltar los procesos de reapropiación de una identidad olvidada, donde cada sujeto social posee diversas tradiciones, recuerdos, cultura o representaciones que se identifican dentro de su determinado grupo, lo que les permite ser diferentes pero a la vez complementarios de los cuales se aprende y se conforme lo que son o lo que se quiere ser sin perder el valor de lo que fueron (Prieto, 2011).

Por otro lado, la revista es un elemento importante dentro de la recuperación de una identidad a la cual pertenecen los moradores de un determinado lugar, en este punto, cabe resaltar que la identidad no es algo que se pueda elegir sino que se tiene que negociar socialmente con varios significados e imágenes y también imaginarios que se aprenden y se han ido creando en la memoria cognitiva con el paso del tiempo y el contexto en el que se vive, en otras palabras la identidad siempre estará expuesta a situaciones cambiantes del entorno individual y social (Costa, 2009).

La vasija

CAPÍTULO 2 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO





2.1.- Análisis y resultados de la investigación

Este capítulo abarca toda la investigación de mercado realizada en las parroquias rurales participantes del cantón Cuenca, el marco metodológico que se empleó en esta investigación ha sido cuali-cuantitativo. El método cualitativo nos permitió estudiar con profundidad el contexto de nuestro objetivo y su organización ambivalente. Mientras que la investigación cuantitativa nos ayudó a la generalización y objetivación de los resultados tomando una muestra del universo. Como herramientas de análisis se utilizaron encuestas y entrevistas.

Lo primero que se realizó fue emitir una carta de presentación del proyecto (Anexo 1) y se concretaron citas con cada uno de los representantes de las parroquias rurales del cantón Cuenca para gestionar la aceptación de su participación en el desarrollo de la propuesta. A continuación se detallan las parroquias rurales que aceptaron participar en el proyecto: Baños, Cumbe, Chaucha, Checa, Chiquintad, Molleturo, Nulti, Octavio Cordero, Quingeo, Ricaurte, Sayausí, Turi, Valle y Victoria del Portete. Por otro lado las parroquias que no demostraron interés en colaborar en la creación de la primera edición de la revista fueron: Llacao, San Joaquín, Sidcay, Tarqui, Sinincay, Paccha y Santa Ana, explicando que en una segunda edición de la revista se contará ya con la participación de las mismas. De las parroquias no participantes Tarqui y San Joaquín no se ha recibido ningún oficio del no participar, a pesar de la insistencia tanto personal como telefónicamente (Anexo 2).

Luego de haber realizado las invitaciones, se pudieron establecer que las parroquias interesadas en involucrarse en el proyecto son 14, a las cuales se les brindó la información que va a contener la revista dentro de lo cual esta lo siguiente:

- 1.- Elección para definir el nombre de la revista comunitaria.
- 2.- Dar a conocer sobre la capacitación que tendrá cada miembro participante de la revista, las temáticas que fueron socializados en la misma son:



- a) Los géneros periodísticos
- b) Pasos para la elaboración de la revista.
- c) La fotografía.
- d) Diagramación de la revista y su importancia.

Para nuestra investigación se plantearon encuestas dirigidas a los presidentes de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales, para conocer qué opinión tienen ellos acerca de este proyecto (Anexo 3).

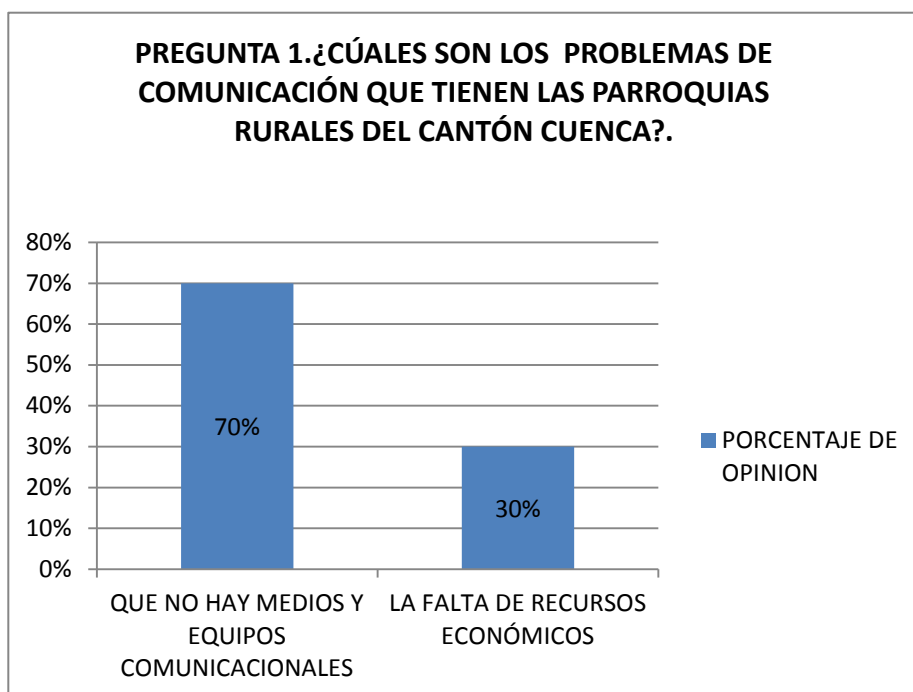


Gráfico 4. Problemas de comunicación de las parroquias

Fuente: Representantes de los GADs Parroquiales Rurales.

Elaboración: Karina Quezada y Verónica Ortiz.

Luego de la realización de la encuesta a cada representante se pudieron obtener los resultados que se señalan a continuación:

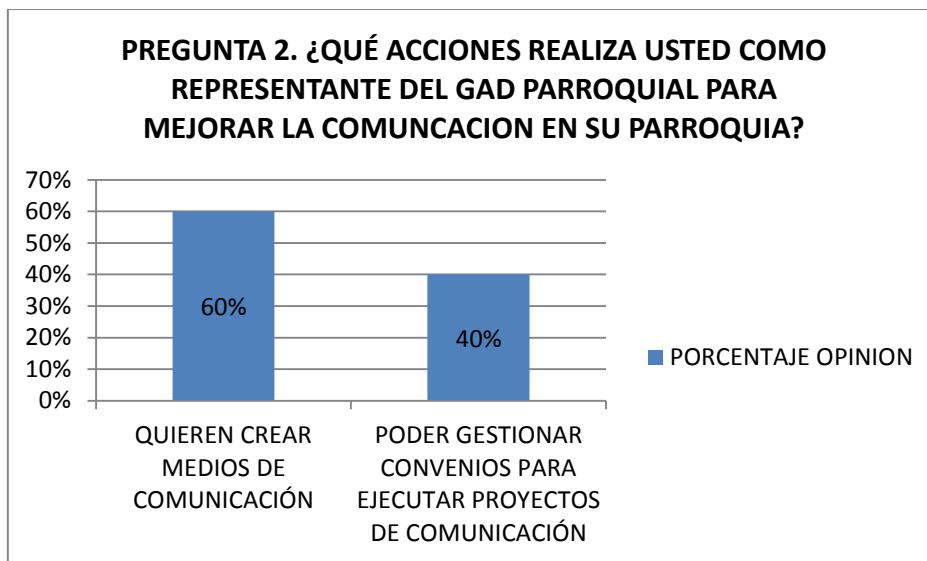


Gráfico 5. Acciones de los representantes del GAD parroquial

Fuente: Representantes de los GADs Parroquiales Rurales.

Elaboración: Karina Quezada y Verónica Ortiz.

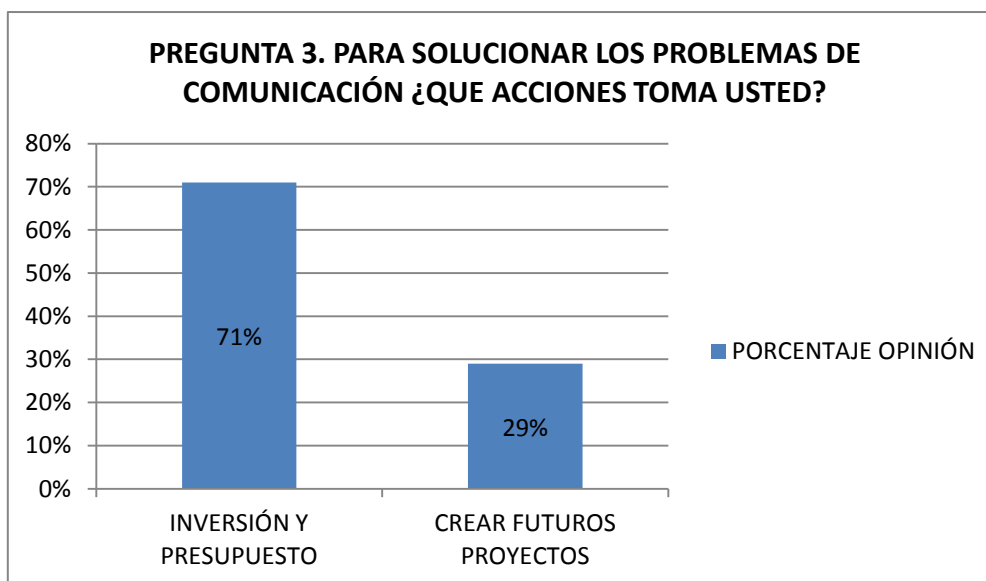


Gráfico 6. Acciones para solucionar los problemas de comunicación

Fuente: Representantes de los GADs Parroquiales Rurales.

Elaboración: Karina Quezada y Verónica Ortiz.

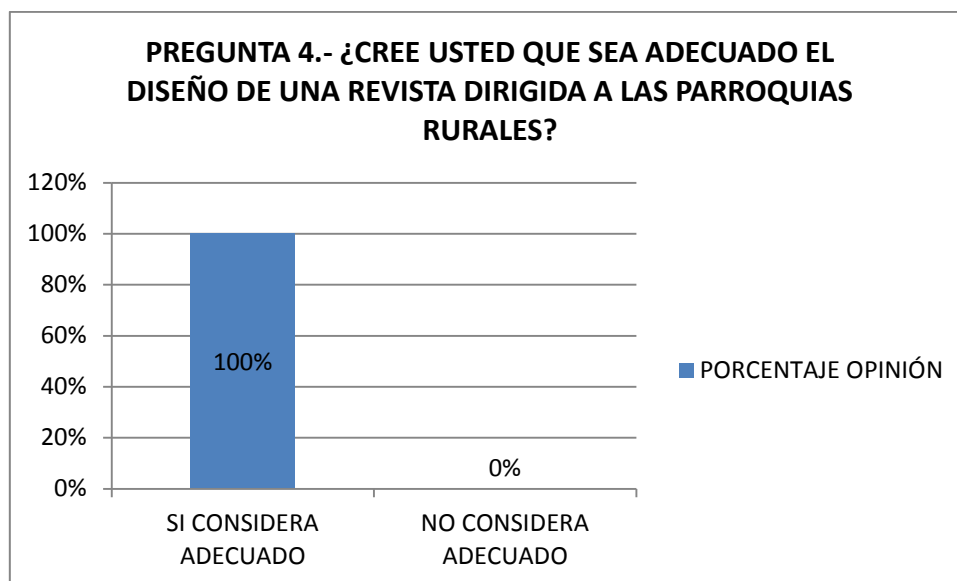


Gráfico 7. Aceptación del diseño de la revista

Fuente: Representantes de los GADs Parroquiales Rurales.

Elaboración: Karina Quezada y Verónica Ortiz.

Interpretación: La ejecución del proyecto de la revista en las parroquias rurales del cantón Cuenca surge de la necesidad que tienen las mismas de expresar y dar a conocer las características y aspectos relevantes que resaltan la belleza y costumbres de cada una de las parroquias.

Para nuestro trabajo se llevó a cabo una investigación de mercado para determinar la factibilidad y aceptación de la revista por parte del público objetivo, para lo cual se accedió a datos de población del último Censo de Población y Vivienda del año 2010 INEC, en el que constan datos de las parroquias participantes en el proyecto.

Para conocer cual es la muestra del universo se tomó en consideración el público objetivo que está dentro del rango de edad de 18 a 65 años y un margen de error del 5%, para lo cual aplicamos la formula universal para poblaciones finitas:

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



Donde:

- N = Población
- P = Probabilidad de ocurrencia 50%
- Q = Probabilidad de no ocurrencia 50%
- e = Nivel de error, para el estudio se trabajará con el 5%.
- K = Nivel de confianza 1.96 equivalente al 95%,

De los datos obtenidos del Censo de Población y Vivienda del año 2010 podemos concluir que el total de habitantes de las 14 parroquias rurales del cantón Cuenca suman 118.754 personas, de ese total 53.730 son hombres y 60.700 son mujeres. Posterior a realizar el cálculo se llegó a determinar que se deben realizar 383 encuestas para todas las parroquias participantes del proyecto. Esta encuesta comprendió 6 preguntas, abiertas y cerradas, a continuación se presenta los resultados generales de la investigación (Anexo 4).



Gráfico 8. Elección de medios de comunicación

Fuente: Habitantes Parroquias Participantes.

Elaboración: Karina Quezada y Verónica Ortiz.



Interpretación: El medio de comunicación con mayor preferencia a través del cual se informan los habitantes de las parroquias rurales del cantón Cuenca es la radio con un 29,85%, mientras que la opción de las reuniones en las parroquias es el medio con menor votación para informarse sobre las noticias de su parroquia y ciudad con un 7,17%.



Gráfico 9. Preferencias de información

Fuente: Habitantes Parroquias Participantes

Elaboración: Karina Quezada y Verónica Ortiz

Interpretación: El gráfico revela que la información a la que los habitantes de las parroquias rurales del cantón Cuenca acceden con mayor frecuencia son las noticias internacionales con un 25%, mientras que otro tipo de información (arte, religión) tiene una frecuencia de acceso menor con un 4%.

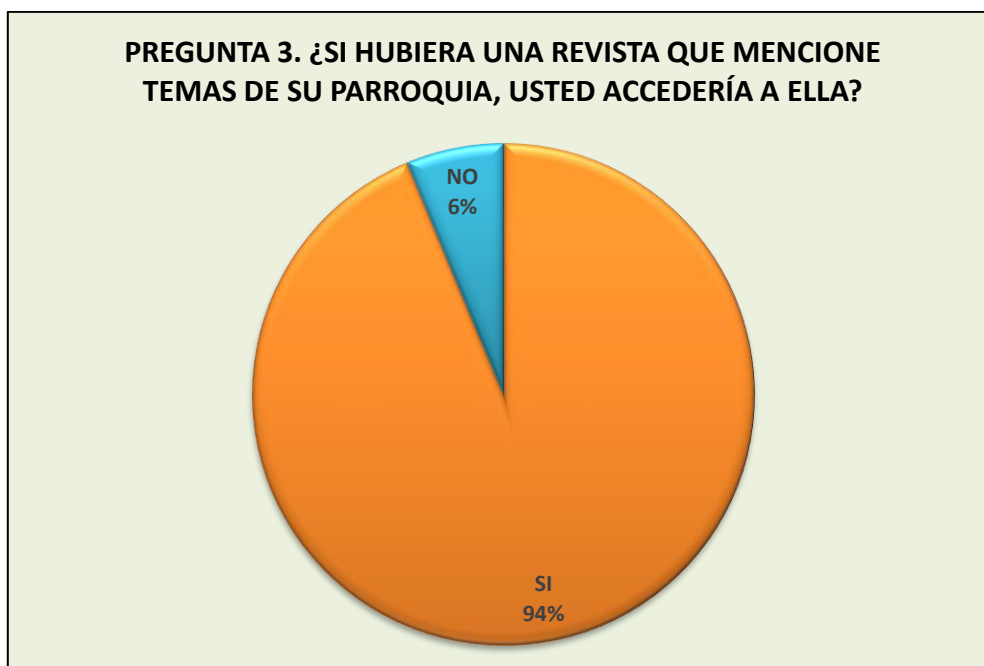


Gráfico 10. Interés en acceder a una revista sobre las parroquias

Fuente: Habitantes Parroquias Participantes.

Elaboración: Karina Quezada y Verónica Ortiz.

Interpretación: La gráfica demuestra que el 94% de los encuestados están de acuerdo en que accederían a la revista que trate de los temas inherentes a la parroquia, en tanto que un 6% no accedería a que exista una revista que trate de los temas de su parroquia.

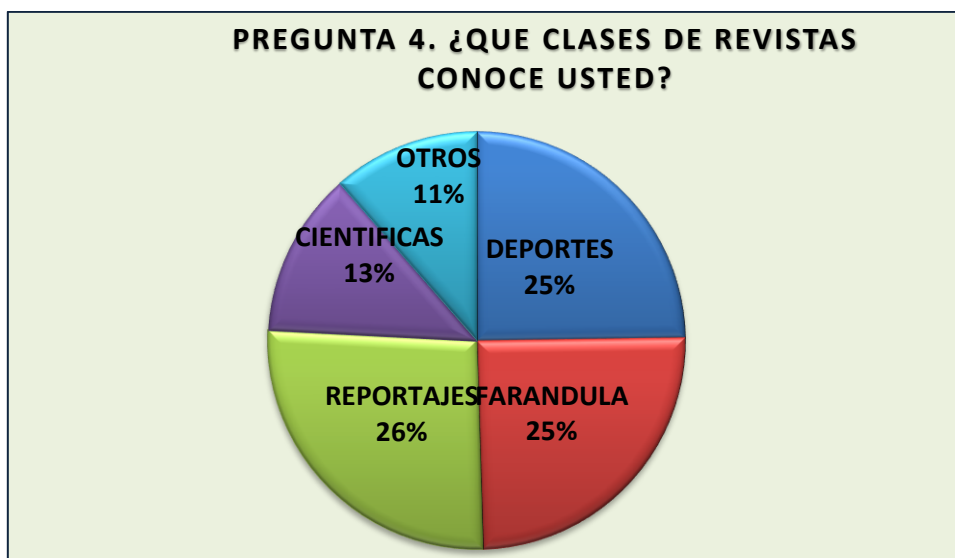


Gráfico 11. Conocimientos de revistas

Fuente: Habitantes Parroquias Participantes.

Elaboración: Karina Quezada y Verónica Ortiz.

Interpretación: Los resultados de la encuesta revelan que el 26% de las personas optan por las revistas cuyo contenido son reportajes, mientras que la opción otros (cocina, agricultura) se encuentran dentro del 11% de los habitantes encuestados.

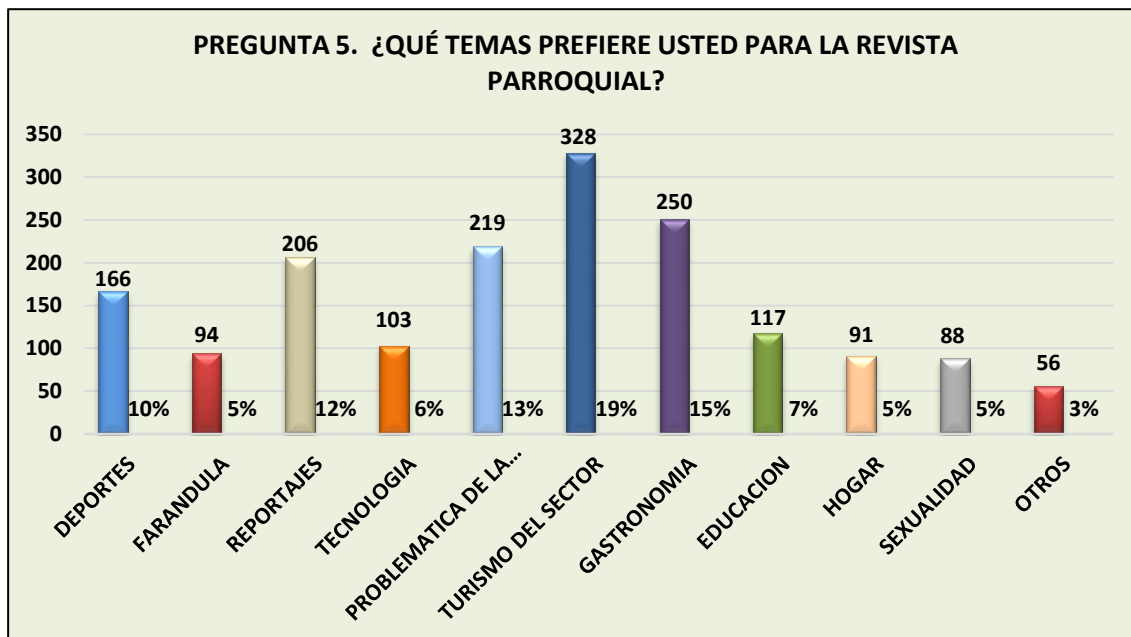


Gráfico 12. Temas de preferencia para la revista

Fuente: Habitantes Parroquias Participantes.

Elaboración: Karina Quezada y Verónica Ortiz.

Interpretación: Al obtener los resultados se evidencia que el turismo del sector con un 19% es la temática con mayor interés de los encuestados, en tanto que la temática referente a la problemática de la parroquia se encuentra dentro del 13% de las personas.

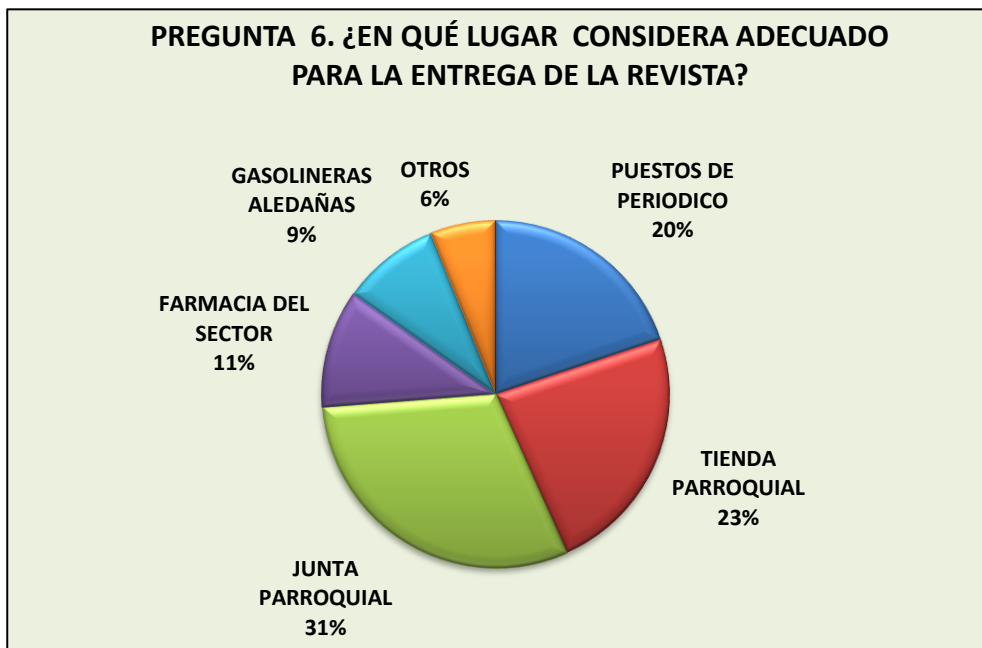


Gráfico 13. Lugar para entrega de la revista

Fuente: Habitantes Parroquias Participantes.

Elaboración: Karina Quezada Y Verónica Ortiz.

Interpretación: Se puede deducir que la opción mayoritaria para encontrar la revista de interés es en el local de la Junta Parroquial, mientras que un 9% prefiere encontrarla en las gasolineras aledañas.

2.2.- Taller de capacitación al grupo seleccionado

El taller se realizó en base a los contenidos establecidos y que fueron socializados en la primera cita con cada uno de los presidentes y delegados de los GAD parroquiales rurales participantes.

Luego de una nueva cita se estableció la fecha para la capacitación a cada uno de los miembros de las parroquias (Anexo 5). Dentro de esta cita se firmó el acta de constitución de la Revista “La Vasija”, en la que se determinaron las funciones y obligaciones de la misma (Anexo 6). Además en dicha reunión se planteó que



la capacitación se lleve a cabo el sábado 18 de octubre desde las 09H00 hasta las 16H30 en la sala de sesiones del Consorcio de Gobiernos Parroquiales rurales.

El propósito de esta actividad fue contribuir con los conocimientos en el ámbito periodístico, a través de la aplicación de estrategias comunicativas, para posteriormente ser ejecutadas en las diversas parroquias según sus necesidades (Anexo 7).

2.2.1.- Contenidos de la Capacitación:

Los contenidos de la capacitación fueron:

- a) Géneros periodísticos: el periodismo, la noticia, la crónica, redacción, el editorial, la entrevista, el artículo y el reportaje.
- b) La revista: conceptualización y características propias de una revista, sus tipos y los pasos para la elaboración de una revista, diagramación.
- c) La fotografía: conceptos básicos, tipos de planos fotográficos.

Al concluir la capacitación se realizó una evaluación para determinar el grado de aprendizaje acerca de la charla y su posterior aplicación (Anexo 8).

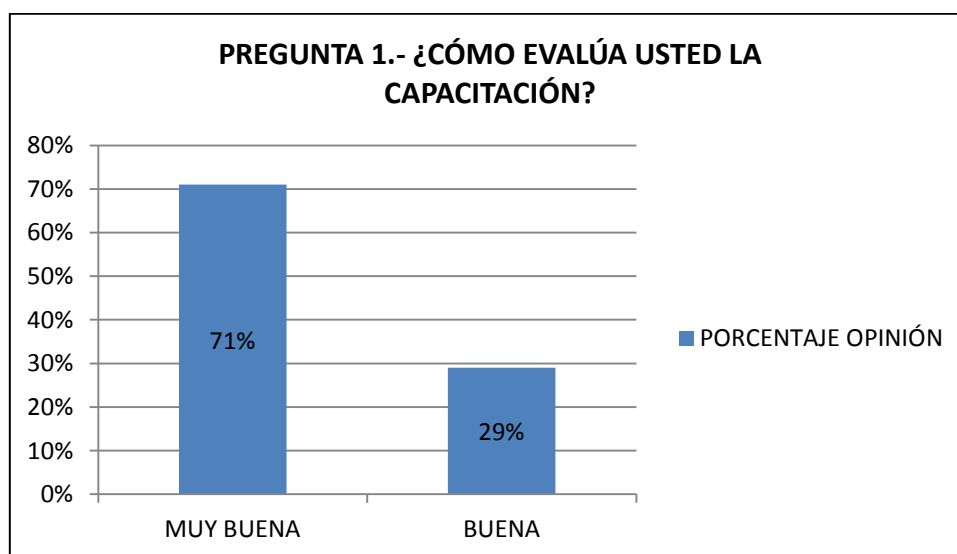


Gráfico 14. Evaluación de la capacitación

Fuente: Participantes directos en la realización de la revista

Elaboración: Karina Quezada Y Verónica Ortiz.

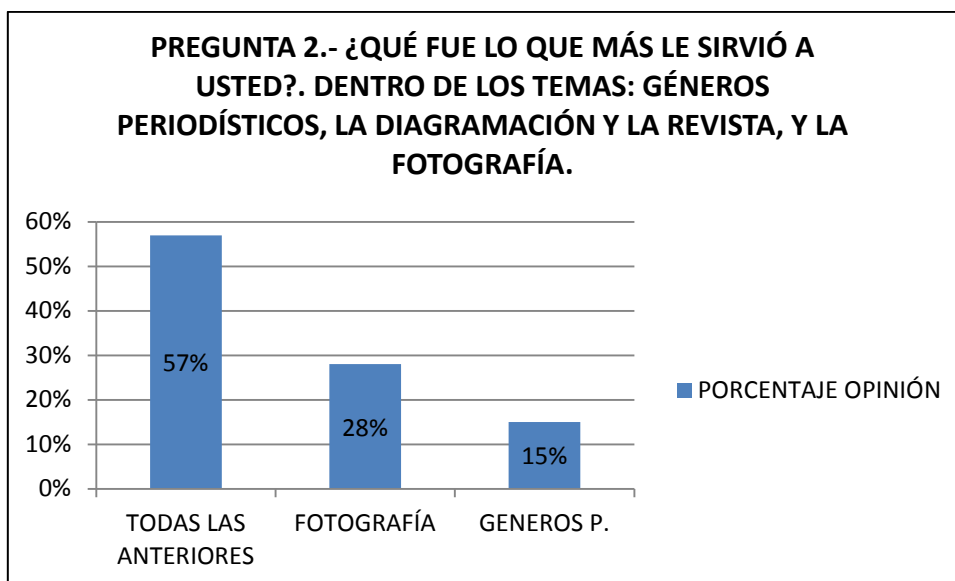


Gráfico 15. Selección de géneros

Fuente: Participantes directos en la realización de la revista

Elaboración: Karina Quezada y Verónica Ortiz.

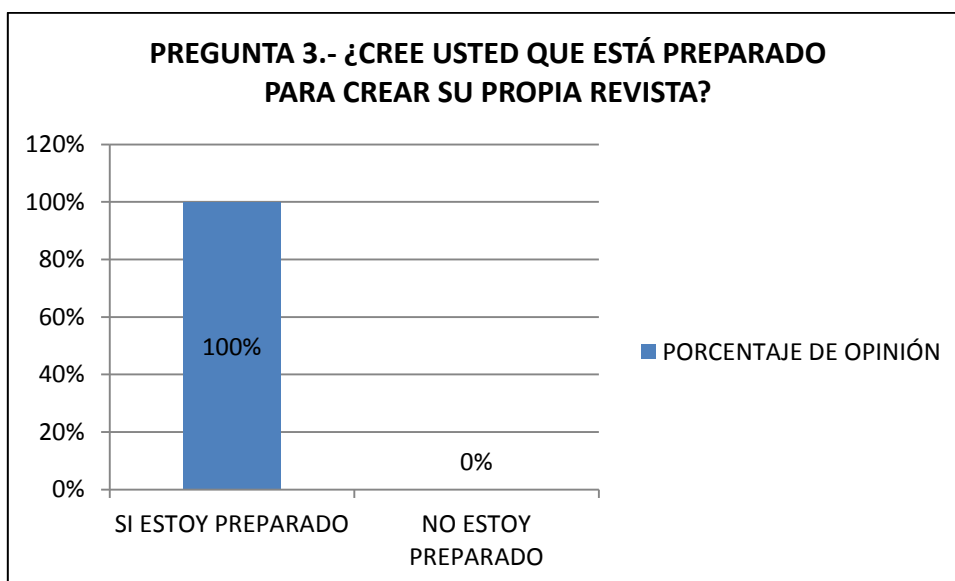


Gráfico 16. Preparación para crear una revista

Fuente: Participantes directos en la realización de la revista

Elaboración: Karina Quezada y Verónica Ortiz.

2.2.2.- Organización del grupo seleccionado del proyecto.

Se realizó una nueva reunión entre las ejecutoras del proyecto y los miembros de las parroquias involucradas para llevar a cabo las actividades periodísticas.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Se procedió a implantar un cronograma cuya finalidad es la producción, edición, impresión y distribución de la revista.

Según los resultados de las encuestas realizadas y en consenso con el personal seleccionado se determinó que los temas a incluirse en la primera edición son: lo turístico, cultural y gastronómico, quedando para las próximas ediciones las problemáticas de la parroquia, los reportajes, deportes, etc.

2.2.3.- Conformación de los grupos de trabajo

La organización se dividió en grupos de trabajo designados de la siguiente manera:

Grupo coordinador de las sesiones de trabajo: Se nombró al Ing. Daniel García y las ejecutoras del proyecto, para planificar las actividades con la finalidad de establecer las fechas específicas para los encuentros, a través de llamadas telefónicas, mensajes de texto, utilización de redes sociales y en algunos casos acudiendo a las mismas parroquias.

Grupo encargado de dirigir las sesiones: Se le designó esta función al Ing. Daniel García, fue quien distribuyó los diálogos para todas las personas que deseaban aportar con sus ideas y opiniones para los temas a tratarse en la revista. Conjuntamente con el grupo se coordinó para designar los horarios de las citas de trabajo. Se acordó que el día para reunirnos debía ser los miércoles en la mañana, aprovechando que coincidía con las sesiones de los participantes del proyecto en el consorcio de los GAD parroquiales.

Una vez realizada esta selección se eligieron a los grupos de trabajo, teniendo en cuenta las destrezas de cada uno. Los mismos estuvieron divididos de la siguiente manera:



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Grupo 1 Redacción: Los responsables de esta actividad fueron la Ing. Yadira Chunir, la Srta. Sonia Ruilova, el Ab. Manuel Quito y las ejecutoras del proyecto.

Grupo 2 Publicidad: Estuvo a cargo del Ing. Daniel García y las ejecutoras del proyecto.

Grupo 3 Fotografía: Esta responsabilidad recayó sobre la Ing. Flor Chiqui Ab. Manuel Quito, Ing. Manuel Alvarado, Arq. Damián Padilla, Ing. Paúl Pañi y la Srta. Sonia Ruilova.

Grupo 4 Diagramación: Este grupo de personas tuvieron la responsabilidad de elegir el diseño, en otras palabras, la imagen para la presentación de la información de la revista. Para un mejor producto fue necesario el apoyo de un diseñador gráfico externo para elaborar un machote con el profesionalismo adecuado. Esta actividad se le designó al Lcdo. Martín Lucero, Ing. Daniel García, Sr. Patricio Novillo, Eco. Gabriel Paute, al Prof. David Gutiérrez, al Ing. Jinsop Zhingri y al Sr. Rodrigo Morales, y con el apoyo del Diseñador Edgar Ayala.

Grupo 5 Reporteros: Estuvo a cargo de las autoras del proyecto.

Grupo 6 Distribuidores de la revista: Las responsables de esta actividad son las autoras del proyecto, las cuales se encargaron de entregar el producto en cada una de las parroquias, cabe recalcar que la distribución de la revista fue de circulación gratuita.

Se realizó las gestiones correspondientes con las entidades afines al proyecto de lo cual sólo se obtuvo la colaboración del Consorcio de Gobiernos Parroquiales Rurales, que esta a cargo del Ing. Daniel García quien aportó con 500 dólares para ayuda en el financiamiento de la creación de la revista.

Para motivar y despertar el interés en los participantes de las parroquias se tuvieron que utilizar diferentes herramientas, las cuales permitieron llegar de una manera más fácil a desarrollar un ambiente de confianza y cordialidad.

Para esto se tomaron como base las palabras de Juan Carlos Jiménez que menciona:



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Reorientamos la reflexión para fortalecer el optimismo. En vez de cuestionarnos sobre las razones que originaron el desasosiego, invertimos más tiempo en preguntarnos qué podemos hacer hoy, pensando hacia adelante y reconociendo aquello que está a nuestro alcance. Fue un excelente motivo para recordar y conectarnos con los buenos momentos de logros y con nuestras fortalezas. (Jiménez, 2010)

La generación de esta reflexión fue de mucha ayuda ya que todas las parroquias viven necesidades diferentes y el hecho de llegar a motivarles y lograr que se involucren, no hubiera sido posible sin haber realizado actividades de su cotidianidad como paseos por lugares turísticos, compartiendo fechas importantes, eventos deportivos, gastronómicos, culturales, entre otros, lo cual permitió que las parroquias participantes nos consideren parte de ellas, y colaborar con todas las actividades requeridas por las promotoras del proyecto para la creación de la revista.

El hecho de explicar claramente sobre los objetivos de la capacitación tanto a los participantes de los GAD Parroquiales como a la colectividad, nos permitió identificar sus beneficios y utilidades que el proyecto puede brindar a cada parroquia, recalando que la revista es un medio de comunicación donde se pueden expresar libremente y dar a conocer lo más relevante que puede ofrecer al resto de parroquias y al cantón en general.

Estableciendo el diagnóstico que no hay un medio impreso que manifieste lo más característico de cada parroquia, el desarrollo del proyecto significó una motivación importante para las parroquias involucradas.

Así mismo al reflexionar sobre las necesidades de cada parroquia, se debería cuestionar lo que cada una tiene y lo que le falta impulsar o lo que necesita mejorar para proyectar su imagen hacia la población, como la calidad humana de las personas y el fácil acceso a los diferentes medios para expresar sus potencialidades, generando mayores ingresos, y de esta manera promover el



UNIVERSIDAD DE CUENCA

desarrollo en otros ámbitos no explotados por los recursos limitados con los que cuentan.

La vasija

CAPÍTULO 3 CREACIÓN DE LA REVISTA





3.1.- Realización de los contenidos a publicar en la revista.

3.1.1.- Contenidos

La revista se realizó sólo con los temas que se manifiestan en la siguiente gráfica, en la cual se da mayor importancia a los contenidos que lleven la mayor aceptación de la población.

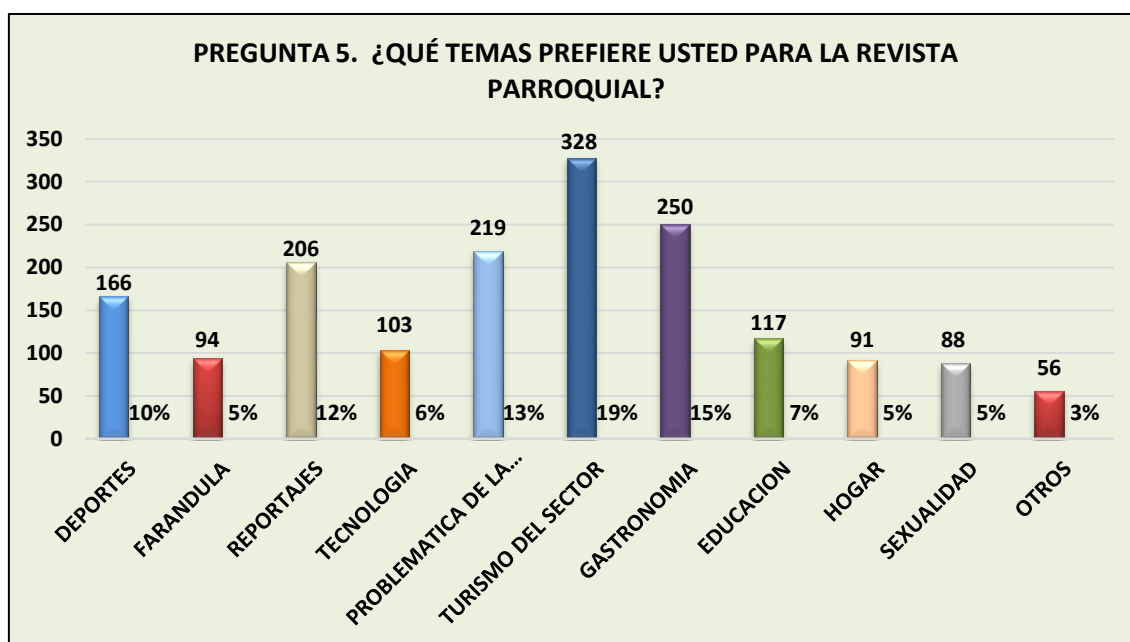


Gráfico 17. Preferencias de temas para la revista

Fuente: Habitantes de las Parroquias Participantes.

Elaboración: Karina Quezada y Verónica Ortiz.

- Procedimiento para definir el nombre de la revista y los contenidos de la misma.

El equipo de trabajo seleccionado de la revista, decidió dedicarse en la primera edición con los temas de mayor relevancia que fueron: lo turístico y gastronómico, quedando los otros temas a tratarse en las próximas ediciones, esto fue sugerido por el Ing. Daniel García. Una vez que se decidió que contenidos se van a elaborar, se procedió a elegir el nombre que será la identificación de la revista entre algunos nombres que se dieron estuvo; Herencia y Belleza parroquial,



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Raíces Cuencanas y La Vasija, para la elección se realizó votación y quedando como el identificativo de la revista “La Vasija”.

Luego de estas decisiones tomadas, el grupo encargado de la redacción se dedicó a trabajar en cada una de las parroquias participantes, así mismo el resto de los grupos, cabe recalcar que se dio un tiempo límite para entregar las notas con sus respectivas fotografías, con el objetivo de realizar las correcciones ortográficas, coherencia y puntuación. De igual forma el grupo encargado de fotografía conjuntamente con el diagramador, fueron los que escogieron las fotografías con mayor estándar de calidad.

3.2 Diagramación

3.2.1.- Creación del machote

El “machote” o “dummy” es un prototipo final de la revista. Se utiliza para mostrar cuál será el aspecto final de una publicación en cuanto a dimensiones, diseño y composición final. (Meneses, Caparrós, Arias, Guillermprieto, & Gustavo, 2011)

Se elaboró el machote para la revista La Vasija con el fin de establecer cuál sería la fachada en técnicas de diseño gráfico. Ya con la elaboración del diseño se concretó cuanta información sería necesaria para completar cada una de las páginas.

La dimensión es 15 cm de ancho por 21 cm de largo, se escogió esta dimensión, en primer lugar, para no desperdiciar el papel y a su vez porque es una medida estándar, además de ser un formato versátil que permite un buen uso al lector.

Decidimos con el grupo de trabajo en no utilizar demasiada información con la finalidad de no cansar al receptor.

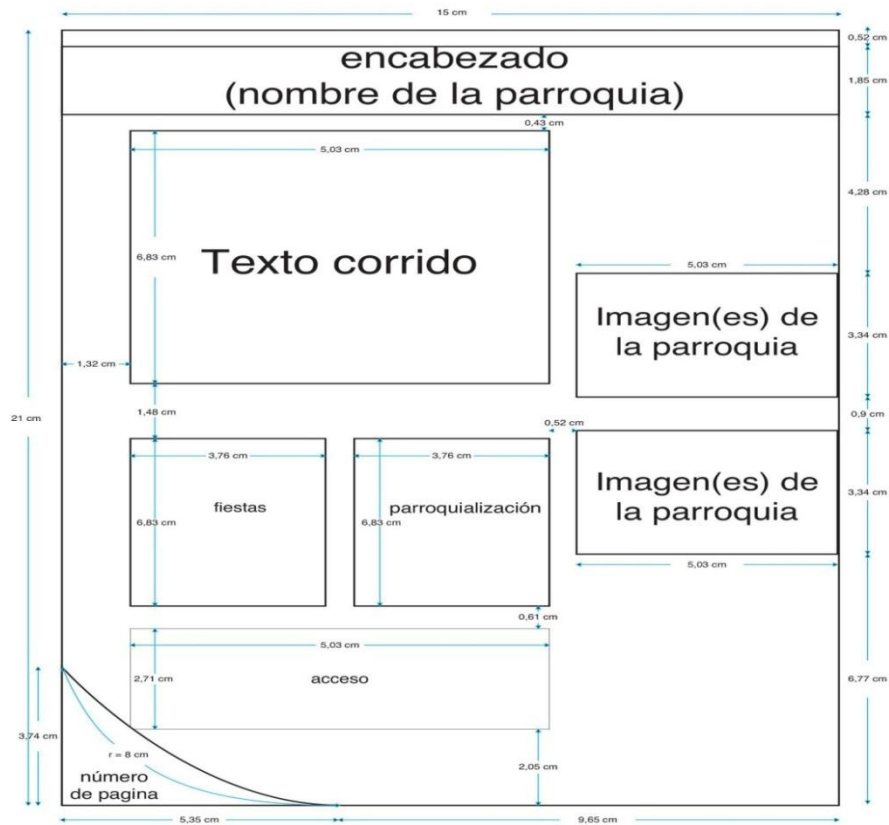


Gráfico 19. Diseño del machote variante 2

Autor: Diseñador Patricio Ayala

3.2.3.- Diagramación Digital

Se utilizó el programa Adobe Indesign con la dirección del diseñador gráfico Edgar Ayala, para la diagramación de toda la revista, este programa sirve para utilizar vectores, formas o adornos gráficos. Otro programa que fue utilizado fue el Adobe Illustrator este programa sirve para la modificación de fotos y también se utilizó dos programas más como es el Adobe Photoshop y el Adobe Lightroom 5. El tiempo para terminar la revista fue de dos semanas.

Los colores que representan a la revista en lo que se refiere a la portada es el negro, teniendo así un conjunto de colores en cada color principal. El negro tiene diferentes significados pero en nuestro caso hemos utilizado este color para poder



UNIVERSIDAD DE CUENCA

dar un toque de elegancia, formalidad y un realce que permita a la portada ser llamativa para el público en general, también se utilizó el blanco sin fondo para una mejor representación gráfica.

En las páginas de cada parroquia conserva un color repitiéndose cada cuatro colores como es el verde, azul, rojo y amarillo.

La portada: los colores que representan la portada ha sido de mucha importancia ya que se ha tenido que encontrar un contraste claro obscuro con la vasija, para que la primera imagen de la revista sea atractiva y llamativa para el receptor.

Los recuadros: que se encuentran ubicados en la parte izquierda de la portada sirve para darle una estética equilibrada debido a que se tiene una percepción de desequilibrio debido a que la vasija se encuentra en la parte derecha y en la izquierda vacía. La vasija representa la identidad de nuestra Cuenca y de sus raíces, dándole un toque de esplendor cultural y tradición, siendo así una pieza clave para el comienzo y elaboración de la revista.

El tipo de letra que se ha utilizado es Helvética, porque es una tipografía legible tomando en cuenta que la mayor parte de señalética esta echa con esta tipografía, hemos visto indispensable para que cualquier persona que mire la información pueda entenderla.

El estilo de fuente que se utilizo es A 11 pt con un intervalo de 11 pt este se utiliza sobre el texto corrido se ha escogido este número por el grosor que de una u otra forma sirve para dar jerarquía al contenido.



UNIVERSIDAD DE CUENCA



A continuación se presentan los temas que contiene la revista.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

3.3 Contenidos de La Vasija

A continuación será presentado el contenido de la primera edición de la revista, el cual fue entregado al Ing. Daniel García (Anexo 9).

PORTADA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

La vasija

AVANCES

CHECA
Identidad y cultura

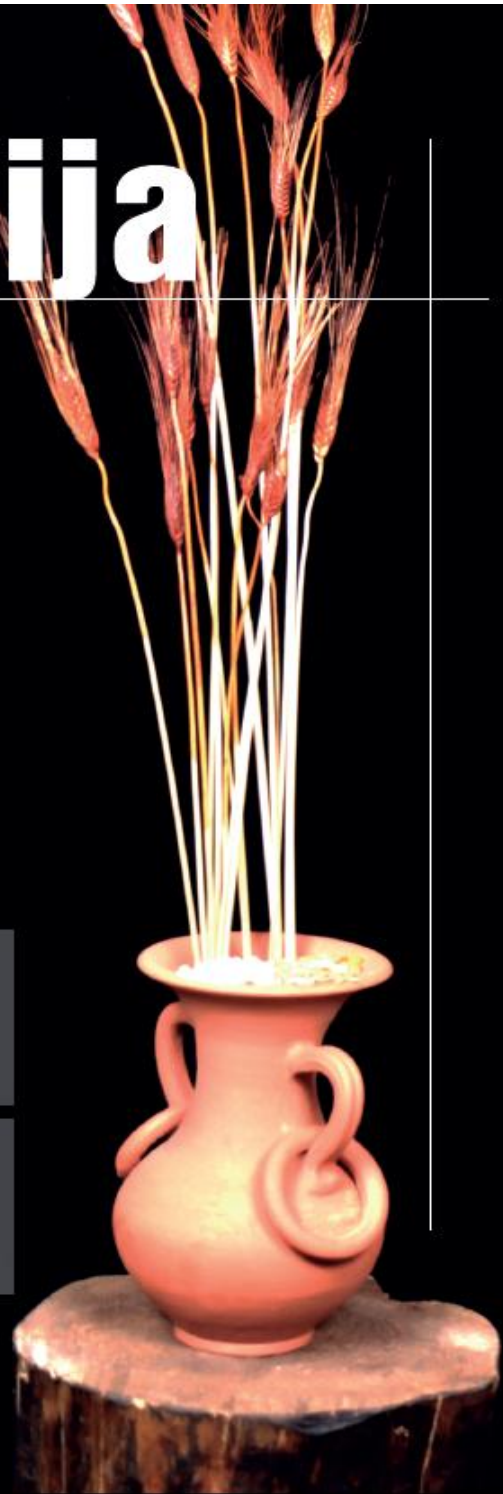
BAÑOS
Centro infantil del buen vivir

CUMBE
Ecología vida y medio ambiente

TURI
Balcón Cuencano

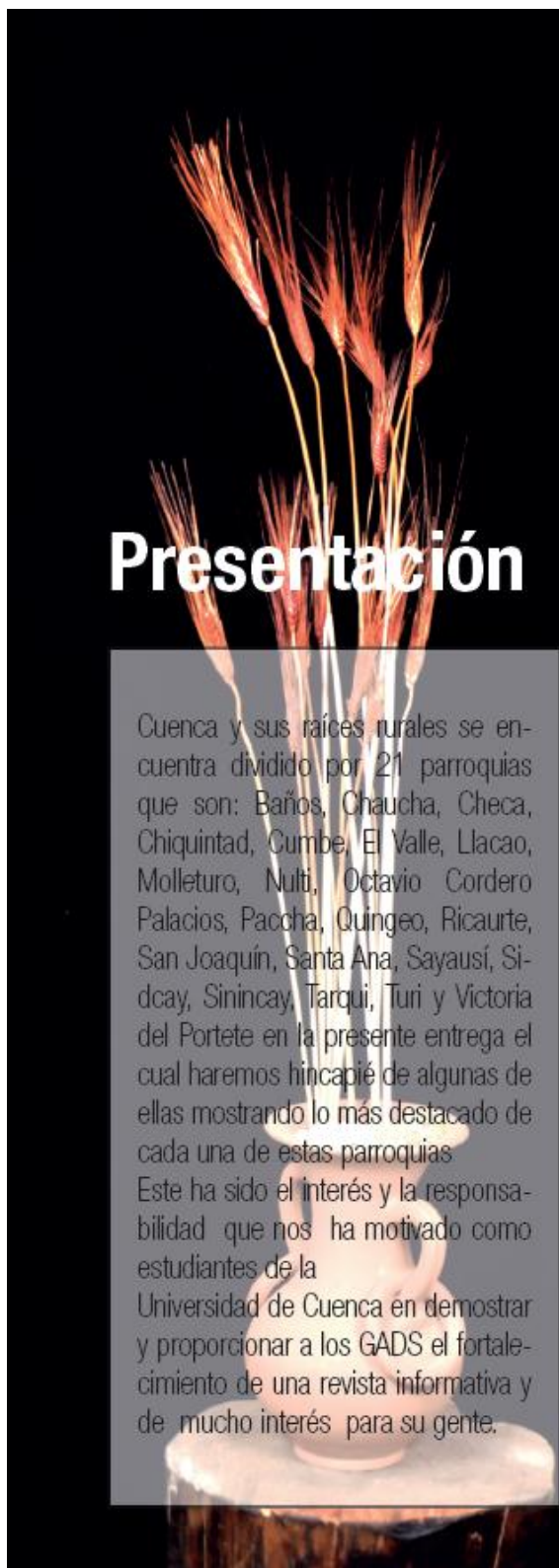
QUINGEO
Leyenda del Taita Carnaval

VICTORIA DEL PORTETE
Zona agrícola ganadera





UNIVERSIDAD DE CUENCA



Presentación

Cuenca y sus raíces rurales se encuentra dividido por 21 parroquias que son: Baños, Chaucha, Checa, Chiquintad, Cumbe, El Valle, Llacao, Molleturo, Nulti, Octavio Cordero Palacios, Paccha, Quingeo, Ricaurte, San Joaquín, Santa Ana, Sayausí, Sidcay, Sinincay, Tarqui, Turi y Victoria del Portete en la presente entrega el cual haremos hincapié de algunas de ellas mostrando lo más destacado de cada una de estas parroquias. Este ha sido el interés y la responsabilidad que nos ha motivado como estudiantes de la Universidad de Cuenca en demostrar y proporcionar a los GADS el fortalecimiento de una revista informativa y de mucho interés para su gente.

REVISTA LA VASIJA
REVISTA PARROQUIAL 2015

CREDITOS

GAD PARROQUIAL BAÑOS
GAD PARROQUIAL CHAUCHA
GAD PARROQUIAL CHECA
GAD PARROQUIAL CHIQUINTAD
GAD PARROQUIAL CUMBE
GAD PARROQUIAL EL VALLE
GAD PARROQUIAL MOLLETURO
GAD PARROQUIAL NULTI
GAD PARROQUIAL OCTAVIO CORDERO
GAD PARROQUIAL QUINGEO
GAD PARROQUIAL RICAURTE
GAD PARROQUIAL TURI
GAD PARROQUIAL VICTORIA DEL PORTETE
GAD PARROQUIA DE SAYAUSI
LIBRO DE MOLLETURO TOMO II
JAIME CHINCHILIMA PESÁNTEZ

FOTOGRAFÍA

AB. MANUEL QUITO
ING. MANUEL ALVARADO
SRTA. SONIA RUILOVA
ING. FLOR CHUIQUI
ING. PAUL PAÑI
ARQ. DAMIAN PADILLA
VERÓNICA ORTIZ

EDICIÓN Y CORRECCIÓN DE TEXTOS

VERÓNICA ORTIZ
KARINA QUEZADA

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

DIS. GRAF. PATRICIO AYALA

IMPRESIÓN

EDITORIAL UNIVERSITARIA CATÓLICA

EJECUTORAS DEL PROYECTO

VERÓNICA ORTIZ
KARINA QUEZADA



- Índice -

Presentación.....	2	OCTAVIO CORDERO PALACIOS.....	18
Índice, créditos.....	3	Productos limpios y sanos	
Editorial.....	4	Festividades y acceso.....	19
CHECA.....	5	NÚLTI.....	20
Identidad y cultura		Pueblo de paz	
Fiestas, parroquialización y acceso.....	6	Atractivos turísticos, festividades y acceso.....	21
BAÑOS.....	7	MOLLETURO.....	22, 23
Aguas desde el volcán		Complejo incásico y arqueológico de paredones	
Centro infantil del buen vivir,		Camino al Inca, acceso y festividades.....	24
Parroquialización y acceso.....	8	CHIQUINTAD.....	25
VICTORIA DEL PORTETE.....	9	Cuna de cholos cuencanos	
Zona agrícola ganadera		Festividades parroquialización y acceso.....	26
Festividades parroquialización y acceso.....	10	EL VALLE.....	27
TURI.....	11	Una zona de cambio	
Balcón cuencano		Ecoparque, parroquialización acceso.....	28
Leyendas.....	12	CHAUCHA.....	29
Parroquialización y acceso.....	13	Un pueblo que conserva sus tradiciones	
QUINGEO.....	14	Festividades y acceso.....	30
Patrimonio cultural de la nación		SAYAUSI.....	31, 32
Leyenda del Taita Carnaval festividades		Lugar de tradición cultural, gente trabajadora y una	
y acceso.....	15	Riqueza natural, bisutería y reciclaje, acceso y festivi-	
CUMBE.....	16	dades.	
Ecología vida y medioambiente		RICAURTE	
Parte del convivir cotidiano en Cumbe son		Lugar de encuentro comunitario.....	33
sus habitantes.....	17	Festividades parroquialización y acceso.....	34
		GLOSARIO.....	35



Editorial

La Vasija, es una revista que ha sido creada con la finalidad de servir de cauce para acercar y conectar a las parroquias de nuestra hermosa Ciudad de Cuenca, destacando en esta primera publicación el turismo y cumpliendo con los objetivos que nos hemos planteado para esta edición, como la creación de una revista informativa para las parroquias rurales del cantón. Esta revista va a llegar hasta donde propongamos sus lectores ya que el desarrollo de sus contenidos y sus secciones dependen fundamentalmente del nivel de participación de los mismos, con quienes hemos trabajado durante este tiempo como son las principales autoridades de cada GADs (en especial autoridades del consorcio parroquial) de esta manera tratamos de fomentar la creatividad, buscando nuevas ideas para así poder implementar esta revista.

Este trabajo fue para nosotras de una gran satisfacción por la experiencia compartida con los habitantes de las respectivas parroquias, las cuales se encuentran en un constante progreso comunitario, cuyo entusiasmo contagia a propios y extraños. De sus tierras han salido personajes ilustres que han dejado su huella en el tiempo.

Podemos decir con seguridad que el orgullo no dañino de sus habitantes es un incentivo para los que visitan estos preciosos lugares. Se nota claramente que la honradez y el trabajo

son parte fundamental de los poblados, de los cuales estaremos hablando en las próximas paginas queremos que por medio de palabras y fotografías los ciudadanos conozcan lo que nosotros compartimos en aquellos días. Es de notar la unidad ejemplar que es un común denominador de todas las parroquias visitadas. Sus actividades religiosas y culturales aportan a mantener tradiciones de cientos de años siempre con el debido respeto y medida de sus pobladores, sus historias, cuentos y leyendas se han transmitido de generación en generación hasta popularizarse en la gente de todas las clases sociales, algunas cargadas de terror otras llenas de suspenso y otras con un sentido mágico que cautiva a los que las escuchan, por ejemplo Talanguera, Los gagones, la leyenda de la Huaca. Es un potencial que mueve gran parte de la economía de la provincia, sus campos son creadores de gran variedad de productos, además de animales con los cuales muchos nos alimentamos diariamente. La pesca es una actividad cotidiana de estos sectores, igualmente cuenta con especies de animales silvestres muy exóticos por su abun-

dante vegetación. El pueblo ahí asentado cuida de estas especies muy valiosas para todos nosotros. Existen industrias pequeñas y grandes productoras de sombreros, zapatos, artesanías artículos de cuero, etc.

Algunas zonas reclaman también mayor atención por parte de las entidades que otorgan servicios básicos, pues varias familias tienen sus asentamientos por esos sectores, ellos siempre tienen el anhelo de un mejor vivir para toda la comunidad.

Hubiéramos querido que este trabajo sea con la totalidad de las parroquias que conforman nuestro reconocido cantón y que por múltiples motivos no pudieron estar presentes en esta edición.

Agradecidos por su acogida anticipamos nuestros respetos y esperamos disfruten de esta su revista "La Vasija"

Verónica Ortiz



“ Identidad y cultura”

Existen algunas versiones del porqué el nombre de Checa, lo más probable es que su nombre se deba a la memoria del arzobispo de Quito Monseñor Ignacio Checa y Barba, quien fuera envenenado durante la jefatura suprema del General Eloy Alfaro, esta versión coincide con los años de fundación de la parroquia Checa, existen otras historias que relacionan el nombre con los asentamientos en los sectores de la parroquia como Zhinglla y Jatumpamba donde gobernaba un cacique que habitó en toda esta región llamado Chica-Cápac.

Checa fue fundada el 22 de abril de 1897 en la presidencia de Eloy Alfaro. Eclesiásticamente obtuvo el nombre de San Andrés de Checa el 6 de octubre de 1909.

Se encuentra al norte del cantón Cuenca, en su tierra cuentan con gran variedad de árboles frutales, poseen también una fauna prodigiosa, con animales como el gavián, venados y otros animales silvestres, los cuales cuentan con el respeto para su subsistencia, sus bosques de grandes dimensiones proporcionan el aire puro a los habitantes. Sus ríos se prestan para la práctica de pesca deportiva, las lagunas de Labrador, Chanlud, Chullo, Machangara, etc.

La parroquia es considerada como zona estratégica por la construcción de dos hidroeléctricas Chanlud y Saucay. Cuenta además con reservas de bosques, y las fuentes más importantes de agua que sirve a más del 50% de la población de Cuenca.



CHECA

La parroquia de Checa se identifica por ser progresistas, una vialidad en buenas condiciones, con servicios básicos como es agua potable, luz eléctrica, telefonía, internet, espacios, canchas deportivas, televisión satelital, etc.

ATRATIVOS TURISTICOS

Entre sus atractivos turísticos está el Cementerio de la parroquia, el barranco, el camino al cielo, estos sectores, han hecho de Checa un lugar de visita que le brinda al turista un espacio de tranquilidad y seguridad.

El 82% de la vegetación natural se mantiene, y esta compuesta por bosques ricos en flora y fauna. Los cultivos de ciclo corto son el segundo elemento predominante en el paisaje de la parroquia. Esta actividad la realizan con herramientas y técnicas tradicionales, por lo que la agricultura en la parroquia aporta colorido al paisaje rural y resulta ser un gran atractivo para el turismo.



FIESTA DE SAN ANDRES

Una de las fiestas más importantes de la parroquia es la realizada en honor a su patrono, San Andrés de Checa. Esta fiesta se la celebra el 30 de Noviembre con tres días de anticipación comienzan las mismas.

PARROQUIALIZACIÓN

El 25 de abril es la fiesta de parroquialización de Checa. Durante estos festejos tiene lugar la sesión solemne, el tradicional desfile cívico, la elección de la reina de la parroquia, se observan juegos pirotécnicos, etc.



ACCESO

A la parroquia se puede llegar mediante vehículo propio y los buses de servicio colectivo, que parten cada 17 minutos desde el mercado 27 de Febrero, que se encuentra ubicado en la Av. 10 de Agosto. El estado de la vía es regular.





BAÑOS



"Agua desde el volcán"

La existencia de Baños, como asentamiento humano, data en la época precolonial e inclusive pre-incásica, pues la presencia de recursos naturales como las aguas termales, de vetas auríferas, más su ubicación geográfica entre la llanura que ocupa la Ciudad de Cuenca y los pajonales de la cuenca alta del Río Yanuncay, la sitúan como un lugar estratégico, por lo que debió ser conocido y poblado por los cañaris originarios de esta parte de los andes ecuatorianos.

En la era republicana, Baños se creó como parroquia rural de Cuenca en 1824, según la Ley de División Territorial de la Gran Colombia, dictada por Francisco de Paula Santander, fue legalmente oficializada y ratificada como parroquia del cantón Cuenca el 1 de septiembre de 1852, según el Registro Oficial de esa época, existente en los archivos de la Biblioteca Aurelio Espinoza Pólit.

Existen atractivos naturales y turísticos como la Loma de los hervideros que ha sido reconocida, como la fuente de aguas termales de la parroquia, desde ella se puede disfrutar de la belleza de Cuenca y de tener una vista estupenda de la parroquia. Las aguas que brotan desde este sitio natural son medicinales y curativas, especialmente para la piel y los dolores reumáticos.

Otro sitio importante de ese lugar es La Toma, desde ese lugar la parroquia se provee de agua potable a la mayoría de habitantes de la zona urbana y rural, además ofrece un sin número de paisajes que permite a nuestros visitantes conectarse de una manera especial con la naturaleza.



BAÑOS

Las fuentes termales de Pumamaqui se emplazan a orillas del Río Yanuncay, la misma que permite no solo disfrutar de la calidez de las aguas sino del paisaje que nos ofrecen las montañas y las riveras del río, es sin duda una de las experiencias más relevantes.

Además entre sus atractivos turísticos están las distintas hosterías que brindan confort y seguridad a sus visitantes.

Centro Infantil del Buen Vivir (CIBV)

El Centro Infantil del Buen Vivir "Virgen de Guadalupe", ubicado en la Av. Ricardo Durán y Alfonso Carrión (Plaza Central de Baños), da atención a 50 niños y niñas de la parroquia, de lunes a viernes de 08h00 a 16h30.

En el centro diariamente tienen 4 comidas, desayuno, colación de la mañana, almuerzo, y colación de la tarde, además reciben estimulación temprana, y las familias de los niños y niñas están en contacto con el crecimiento y desarrollo de sus hijos e hijas mediante talleres trimestrales, reuniones de padres de familia, así como también mediante un diálogo directo con Coordinadores, educadoras y Gobierno Parroquial.



FIESTA DE LA VIRGEN DE GUADALUPE

Es celebrada en la segunda semana de enero. El inicio de esta fiesta no tiene fecha exacta, pero a partir de 1938 toma matiz propio, pues se la dedica a la Virgen de Guadalupe en desagravio de un robo que hicieron de sus joyas y vestidos. Cuando se recuperó lo perdido, se realizó nuevamente la coronación de la Virgen y esta fecha coincidió con las festividades que ya se venían efectuando desde mucho tiempo atrás.

PARROQUIALIZACIÓN

El primero de septiembre se celebra la fiesta de parroquialización, durante toda la semana hay varios días de fiesta con la presentación de actos culturales, deportivos y religiosos. A ello se suma la rica gastronomía como: las tradicionales empanadas, además del cuy asado con papas y el típico canelazo.

"Y sigue la fiesta en Baños"

Ha sido una de las frases más conocidas por la parroquia y sus alrededores, ya que el calendario festivo ofrece una gama de eventos en los cuales no solo se ve color, alegría, música con las tradicionales bandas de pueblo, sino, conocer parte de la historia enmarcada en una rica cultura religiosa, en la cual se expresan rasgos propios de nuestros ancestros.

ACCESO

Se puede acceder en vehículo privado, así como también utilizar el servicio de los buses urbanos cada 5 minutos que parten desde la parroquia de Ricaurte y circulan por varios puntos de la ciudad como también la línea de baños que tiene escrito en su rotulo el nombre de Huizhil



VICTORIA DEL PORTETE



Zona agrícola y ganadera

La batalla del Portete se dio, el 27 de febrero de 1829, con el General Antonio José de Sucre, el Gran Mariscal, en donde está asentado el templete en honor a esta fecha histórica de la heredad patria. Tierra ganadera y agrícola que son el principal recurso económico de la población, Sus extensos páramos como Quimsacocha famosa por tener grandes reservas auríferas, y sobre todo las tres lagunas, y otras Chuyacocha, Truenococha, los bosques protectores de la cuenca Irquis Yanuncay, Patacocha, siendo verdaderas reservas de vegetación y agua dulce ante el gran dilema del cambio climático, la pesca deportiva que existe en el lugar es un atractivo tanto su fauna y animales que existen en ese lugar como gavián, venados, yamalas entre otros.

La parroquia tiene una larga trayectoria histórica todavía existen personas que aun habla el quichua, y también conservan las costumbres ancestrales en varias comunidades y que se mantiene en la población indígena, como la pampa mesa, las mingas comunitarias, el día de los difuntos, el carnaval, las fiestas religiosas a varios santos y sobre todo al GRAN INTY RAIMY el Dios Sol, convirtiéndose en atractivos turísticos, además del gran pan de azúcar o altar, y el camino del inca. Victoria del Portete, se ha convertido en un atractivo para extranjeros quienes se han asentado y viven en la parroquia, así como también de diferentes provincias vecinas y cantones.



VICTORIA DEL PORTETE

De acuerdo al uso y ocupación del espacio, el área se define como de economía agropecuaria, las explotaciones son de economía familiar e industrial, el manejo ganadero se realiza con técnicas tradicionales y tecnologías actualizadas de lo cual incide en la producción agropecuaria.

Zona agrícola y ganadera

Victoria de Portete ubicada al sur de la ciudad de Cuenca a (25 Km.), limita al norte con parte de las parroquias de baños y tarqui; al sur con el cantón Girón, al este con la parroquia de Cumbe y al oeste con la parroquia de Baños y San Fernando ; abarca una superficie aproximada de 203.2 kilómetros cuadrados, de asentamientos cañarís y posteriormente incásicos, y que aún quedan vestigios y tolas en los bosques primarios de santo Tomas, Wandug, Huapatarqui, Zinin ,Durazno, con una extensa llanura verde , bañados por los ríos Portete, Irquis y el Simbalo afluentes del Rio Tarqui que atraviesa la llanura.



FESTIVIDADES
Las fiestas patronales están caracterizadas por la Santísima Virgen del Monte, patrona de la Victoria del Portete, la fecha de estas festividades se realiza en Octubre, son 3 días de fiesta, generalmente viernes, sábado y domingo a mediados de mes entre sus actividades constan la Caravana motorizada y caballería acompañando a la Stma. Virgen del Monte, Elección de la chola Victoreense juegos pirotécnicos y danzas folklóricas y su show artísticos que son disfrutados por personas de todas las edades.

PARROQUIALIZACIÓN
La parroquia de Portete es creada el 4 de septiembre de 1944 dentro estos días se destaca la elección de la reina de la parroquia contando con un desfile cívico, sesión solemne y el gran rodeo con la monta, doma de potros y toros.

ACCESO
Se puede llegar a la parroquia mediante vehículo propio o bien cogiendo un bus en el sector de la Feria Libre cada hora de lunes a domingo o incluso buses



TURI



"Balcón Cuencano"

Nace a la vida civil el 5 de febrero del año 1853, y a la vida eclesiástica el 31 de marzo del mismo año. La palabra Turi proviene de la acepción quichua que significa Hermano. La montaña de Turi según la historia incásica, fue un lugar de adoración de los dioses.

Al estar en esta parroquia ubicada en una zona desde el cual se puede observar gran parte de la ciudad, se la ha denominado "Balcón Cuencano". La parroquia se encuentra bien posicionada a nivel turístico, siendo parte obligada de los recorridos turísticos en Cuenca también existen hermosas galerías y museos que son visitadas por propios y extraños.

La minga es una característica de Turi, la gente tiene muy dentro de sí y el convencimiento de que hay que trabajar juntos buscando el desarrollo de toda la parroquia "solo el pueblo unido puede progresar". La minga no es solo el trabajo físico, significa participación de la familia, alimentación, solidaridad y alegría de toda la gente buscando el porvenir.

El idioma antiguo fue el quichua, su música y danza se explicitaban especialmente en las festividades de tipo religioso, la vestimenta usada era la típica de los pueblos andinos.

La indumentaria propia del habitante de Turi es que las mujeres visten con polleras, pañolones, sombreros de paja toquilla y zapatillas; los hombres visten con saco y el clásico sombrero de paño.



TURI

LEYENDAS

El Señor de Belén

La aparición del señor de Belén, puede ser una creación mítica de los creyentes. Cuentan que unos pastores, salían diariamente con su rebaño al pasto. Debido a la irregularidad del suelo siempre estaban en lomas; allí jugaban y comían. En una de tantas salidas llegó un nuevo compañero que jugaba con los pastores y se ganó su amistad al instante. Los pastores nunca le preguntaron de donde era, ni como se llamaba.

Todos los días jugaban con el niño, un día los padres de estos pastorcitos acudieron al lugar para ver de quien se trataba, quien era y de donde venía y el niño aturdido con tantas preguntas se alejó.

Todos empezaron a buscarlo, se dirigieron a la peña por un camino pequeño y llegaron a una cueva, en este lugar hallaron un crucifijo, mientras contemplaban asombrados, apareció una señal luminosa y blanca en forma de cruz. Los que contemplaron este hecho llamaron a la cueva "Señor de Belén".

Pronto corrió la novedad y atrajo a muchos curiosos. La mayoría iba por la fe, que les inspiró tal acontecimiento, los que más devoción presentaron son los de Cañar, Chimborazo y del Azuay.



La Talanguera

Lleva este nombre una quebrada que tiene forma de culebra, está situada al pie del cerro Las Monjas, es un antiguo camino que conecta al centro parroquial y a los caseríos del Cisne y Tres Marías.

En esta leyenda se conoce a la Talanguera como un lugar tenebroso de espesa vegetación donde el agua cae ruidosamente. Dicen que lleva ese nombre, porque allí habitaba el diablo en forma de gallinazo, y cuando alguien quería poseer riqueza económica acudía a dicho lugar hacer un pacto con el diablo y este les daba oro y plata.

Todas las personas les daba miedo caminar por el lugar, cuentan que un día vieron volar a un montón de gallinazos que salían para tentar a la gente, y por las noches escuchaban gritos y

PARROQUIALIZACIÓN

El 5 de febrero es el aniversario de parroquialización de Turi. Hay desfiles, música, danza, escaramuzas, artistas, botijas de barro, etc. en un sábado y domingo cercano a la fecha del 5 de febrero.



TURI

FESTIVIDADES

FIESTA DEL SEÑOR DE BELÉN

En estas fiestas, que se celebran en honor al Señor de Belén y que empiezan a partir de las 19h00 del primer sábado de diciembre, se observa la quema de cohetes, castillos y otros juegos pirotécnicos. El domingo por la mañana se efectúa la misa, y posteriormente sale la procesión con la imagen del Señor de Belén; en el transcurso de la procesión se quema incienso y se deja limosnas a la imagen.

VIRGEN DE LA MERCED

La fiesta en honor a la Virgen de la Merced Patrona de Turi, se celebra el 24 de septiembre. Los habitantes de Turi realizan los preparativos con más de un mes de anticipación. El programa socio-cultural es elaborado por una comisión, la misma que solicita la colaboración de distintas entidades en las diferentes presentaciones, por ejemplo bailando la contradanza y el Tucumán.

lamentos de las almas que se compactaron con el diablo, estos preocupados aprovecharon la venida de los sacerdotes misioneros para que bendigan la quebrada dejando una cruz verde, en ese mismo instante desaparecieron los gallinazos. Hoy en día es un lugar de mucha atracción visitada por turistas del país y extranjeros.



ACCESO

Vehículo propio o en autobuses cada 20 minutos, los cuales salen desde el colegio "Benigno Malo" en la avenida Solano.



QUINGEO



PATRIMONIO CULTURAL DE LA NACIÓN

La parroquia de Quingeo, (palabra de origen cañari) se encuentra ubicada a 10 Km. de la ciudad de Cuenca, su altura es de 2.792 m.s.n.m. y su temperatura promedio es de 15 C. con una población de 7.450 (INEC 2010). Su gente se dedica a labores agrícolas, aquí se cultivan varias especies de cereales, así como hortalizas, también en su entorno se ha conservado buena parte de las características de la arquitectura popular, entre los atractivos turísticos se puede encontrar Cruzhuayco, Allpa Cruz, Loma Guaman y Loma Cruz en estos lugares se ha podido observar vestigios arqueológicos. Fue fundada el 8 de septiembre de 1852, es una de las parroquias que cuenta con 24 comunidades cuenta con lugares turísticos. Además fue declarado patrimonio cultural de la Nación gracias a la gestión del comité pro-declaratoria de Patrimonio Cultural, el 13 de septiembre del 2009 fecha histórica para el pueblo. La parroquia celebra sus festividades en honor al Señor de los Milagros entre el 15 y el 20 de septiembre, hay evidencias que dichas festividades se las vienen celebrando desde hace más de un siglo, teniendo como razón la gratitud la bendición a los sembríos, para recibir muchas cosechas. Posteriormente muchos de los moradores tuvieron que abandonar su tierra, en búsqueda de mejores oportunidades de trabajo; sin embargo, las bendiciones del Señor de los Milagros sobre tan fértiles terrenos, motivaron el regreso de devotos a la Santa Imagen como gratitud de los favores recibidos, por ello desde 1933 se ha conformado organizaciones permanentes de devotos con sedes y sub-sedes en Cuenca, Loja, Guayaquil, Santo Domingo y otros lugares.



QUINGEO

FESTIVIDADES

FIESTA DEL SEÑOR DE MILAGROS

Estas fiestas se celebran durante los días 12 al 16, de Septiembre en honor al patrono de la parroquia. Los gastos son costeados por los sacerdotes, quienes se ofrecen a colaborar voluntariamente pues consideran que serán bendecidos

FIESTA DEL CAPULI.

Durante el carnaval se organiza la "Fiesta del Capuli" se lleva a cabo actos como la elección de la Reina (quien luce trajes típicos), la presentación de grupos musicales y de danza, un desfile de carros alegóricos, etc.

PARROQUIALIZACIÓN

El 8 de Septiembre de cada año se presentan bandas de pueblo, juegos pirotécnicos, Ferias y fiestas populares con motivo de los festejos.

ACCESO

Se puede acceder a la parroquia por vehículo propio o Autobús con (10 frecuencias Diarias) desde el mercado 27 de Febrero.

SEÑOR DE MILAGROS

La imagen del Señor de los Milagros, fue tallada en el año de 1780 por el escultor Miguel Vélez, sin embargo la imagen original no es expuesta en las procesiones, sino una elaborada tiempo después para este propósito, puesto que la original ha sufrido daños por el mal cuidado. Las vísperas se realizan los dos días anteriores al 14 que es la fiesta grande. Para iniciar las vísperas se quema "chamiza" y se realizan diferentes actividades como la presentación de artistas o de grupos de danza invitados. Por la noche hay castillos, vacas locas y bailes populares.

El día 14 es la fiesta mayor. En la plaza central se concentran gran cantidad de puestos de venta de comidas, de artesanías, moradores de otras comunidades, parroquias y devotos de la ciudad de Cuenca.

LEYENDA DEL TAITA CARNAVAL

Es el personaje mítico y antropológico por medio del cual el pueblo busca el contacto o la aproximación con un Dios bondadoso y castigador, cómo brindarle tributo y agrado en busca de mejores cosechas.

Se cuenta que este padre sale a recorrer en los días de carnaval las comunidades indígenas buscando el bienestar y prosperidad, como también el enfrentamiento y la lucha entre el bien y el mal, entre la abundancia y la escasez. Cada miembro de la comunidad debe esperar la llegada del mismo con agrados y suculentos manjares solo así serán bendecidos, caso contrario la casa queda maldecida y proclive a ser devastado por la miseria y la hambruna.

Como característica, Taita Carnaval lleva un zamarro (pantalón de cuero de borrego), ozhotas (sandalias de caucho), una camisa bordada, una chusma sujeta con una faja de color y un sombrero confeccionado con alas de cóndor o cuero de becerro.

La conservación del sombrero grande de cuero de becerro evidencia que el personaje del Taita Carnaval, es el resultado de la deformación de la extinta tradición indígena del Pucará, debido a que coincidentemente, el guerrero, personaje protagonista del ritual, se protegía con sombrero de cuero de becerro y utilizaba la Guaraca (una especie de honda), arma-instrumento que forma parte de los utensilios del Taita Carnaval.



CUMBE



Ecología, vida y medio ambiente

La parroquia de "San Luis de Cumbe" se encuentra ubicada al sureste de la ciudad de Cuenca (22 Km.) con una población de 5.546(INEC 2010) habitantes, su nombre primitivo fue, Cumbipirca, Cumbi o Chumbi, en quichua significa: tejido fino, y pirca, pared.

Esta zona cuenta con diferentes atractivos turísticos como el sector de la comunidad del salado, el tampu kuna de Inkawasi de Tinajillas en Gañadel y la red vial del camino transversal andino (kapakñan), las orillas del corredor fluvial del río, el chorro de Cumbe situado a 6 Km. del centro parroquial en la vía a Loja. Los espacios convertidos en miradores se ubican en las comunidades de San José, Manzano Loma, San Pedro, la Confianza, San Antonio, Montserrat de Totorillas, San Luis de Totorillas, San Cápac. En esta parroquia se puede contar con una buena pesca deportiva y una gastronomía exquisita como es las tradicionales cascaritas con mote, tostado, sancocho, fritada y morcillas que se vende en la Plaza Central del Centro Parroquial. Cumbe es un lugar maravilloso donde personas aledañas y extranjeras la visitan esta parroquia en determinadas épocas del año.

La labor agrícola en este lugar es el sustento diario de niños, adultos y ancianos cada uno colabora según su posibilidad y sin ningún exceso, las siembras se realizan con frecuencia, se rigen a los calendarios festivos de los santos, los meses de Mayo, Septiembre, Octubre, Noviembre y Diciembre, (siembra de Sta. Teresa, Mama Rosario, de las almas, del niño), el producto a cultivarse varía de acuerdo a las condiciones geográficas, en las zonas altas, se deposita



CUMBE

FIESTA DEL SEÑOR DE LOS MILAGROS.

Esta fiesta tiene lugar en dos ocasiones distintas, una de ellas es conocida como "Fiesta del Año o de Enero". La otra realizada el 29 de junio es conocida como "Fiesta de Medio Año". Estas fiestas presentan los mismos elementos tradicionales. La diferencia entre ellas radica en que la de enero dura todo el mes, centrándose principalmente en los fines de semana.

LA FIESTA DE LAS CRUCES

Celebración eucarística en la iglesia central, desde la cual se procede a la romería hasta las cuatro cruces ubicadas en la afueras de la parroquia, se vela a las cruces y se termina la fiesta con la realización de juegos populares y pirotécnicos.

PARROQUIALIZACIÓN

8 de Septiembre se celebra con desfiles y varios eventos, hay también un concurso de comidas típicas.

ACCESO

Esta parroquia está ubicada a 14 km de Cuenca se puede acceder en vehículo privado o en buses interparroquiales que parte de atrás del sector de la feria libre, incluso buses interprovinciales que adicionalmente dan este servicio.

la semilla antes y en las planicies un tiempo después, estos productos secos, desgranados o aventados, se guardaban en los taquis y graneros, inclusive llegando a poseer un almacenamiento separado por cosecha de cada año se cuenta que en las cosechas existía un juego denominado las mishas, el cual consistía que las personas reunidas en las mingas durante las cosechas y deshojado, se separaban las mazorcas que tienen un grano negro en la mazorca de maíz blanco, al término de la faena se nombraba un juez, quien se encargaría de contar y dar el veredicto al ganador y atrapando las mazorcas marcadas, se entregaban al perdedor, a cambio solicitando la apuesta que bien podía consistir en algo, que de común acuerdo ofrecían y tenían de cumplir, en algunas ocasiones podía tratarse de un cuy asado, un litro de aguardiente, o una gallina.

Parte del convivir cotidiano en Cumbe son sus habitantes

La vejez es un estado de ánimo, dice un adagio popular, que influye en nuestras vidas con el pasar del tiempo, que llegar a esta edad a todos nos da miedo pero en realidad es una linda etapa de la vida porque esta nos permite saborear el fruto de nuestras vivencias y a la vez obtener los grandes tesoros, como la madurez, la experiencia, la sabiduría, la tranquilidad de saber llegar y cumplir con los sueños y objetivos trazados.

El club de adultos mayores San Luis de Cumbe se conformó hace 6 años el 10 de septiembre del 2009 y cual dieron inicio diferentes autoridades tanto civiles, eclesiásticas y públicas este centro es una realidad, que constituye un ejemplo para el resto de habitantes, en su interior desarrollan actividades de emprendimiento como; hacer pan en horno de leña, una tradición que se trabajaba desde hace muchos años atrás, esta bella actividad es realizada por todas las adultas mayores que desde tempranas horas de la mañana llegan a prender el horno y a preparar la masa con sus respectivos ingredientes para elaborar el pan de dulce y sal. Esta jornada que dura entre 5 a 6 horas esta matizada por el compañerismo. También dispone de un huerto donde realizan labores agrícolas como la siembra de hortalizas y más plantaciones y que son el entretenimiento de este importante grupo.

(Jaime Chinchilima Pesántez)



OCTAVIO CORDERO PALACIOS



"Productos limpios y sanos"

Fundada el 4 de agosto de 1854 con el nombre de Santa Rosa. A los 79 años de fundación parroquial el Consejo Municipal de Cuenca tomando en consideración el patriotismo, ciencia y méritos sobresalientes del Dr. Octavio Cordero Palacios en sesión del 26 de junio de 1933 acuerda nominar a la parroquia Santa Rosa como Octavio Cordero Palacios por ser la cuna del ilustre hombre público siendo aprobada el cambio de nombre el 30 de octubre de 1933.

En los tiempos aborígenes, la artesanía sobresalía como actividad características de la población, con la elaboración de adobe, ladrillo y tejas que cubrían las necesidades dentro de la parroquia como también a la provincia del Cañar, otra actividad importante fue la elaboración de sombreros de paja toquilla a la que se dedicaban la población de todas la edades constituyéndose de esta manera en la actividad económica primaria, al iniciarse la migración de las familias a la costa y al exterior fue la causa para ir perdiéndose estas actividades.

Hace unos 30 años, al determinar la potencialidad productiva agrícola se inicia procesos de formación en el cultivo de los terrenos, alcanzando su mayor auge por los años 90 y es la actividad predominante en la actualidad, ya que goza de diferentes microclimas.



OCTAVIO CORDERO PALACIOS

FIESTA DE SANTA ROSA

Se celebra durante los días 30, 31 de agosto y 1ro de septiembre en honor a su patrona Santa Rosa. Esta celebración sirve de motivo para el reencuentro familiar y social, cabe destacar que muchas familias de migrantes se reúnen con motivo de éstas festividades.

SEÑOR DE LA BUENA MUERTE

La primera semana de octubre se celebra una fiesta en honor al Señor de la Buena Muerte, en la que se observa el típico juego de escaramuza, bandas de pueblo, juegos pirotécnicos, comparsas, ropa y comida típica.

PARROQUIALIZACIÓN

El 30 de octubre de cada año se presentan bandas de pueblo, juegos pirotécnicos, ferias y fiestas populares con motivo de los festejos de parroquialización de Octavio Cordero.

ACCESO

Se puede acceder en Vehículo privado o también en buses interparroquiales que parten cada 50 minutos de atrás del sector de la sala de velaciones en el cementerio municipal.

La población de la parroquia aprovechando las diversidades climáticas, y diversidad de espacios se dedica al cultivo de varias especies, así como también la crianza ganadera, de tal manera que la parroquia fue pionera en la agroecología.

La producción es muy variada desde tubérculos, cereales, granos, hortalizas, frutas andinas, todo de una manera integral, una vez cosechados se da el valor agregado, para ofertar los mismos en diferentes espacios de la ciudad, con esto se cierra el círculo productivo dando garantía a la marca territorial, Octavio Cordero productos limpios y sanos.

Entre sus atractivos turísticos está el monte de "Parcoloma" a planicie de "Huahuarimi" En estos lugares se pueden observar algunos vestigios Cañarís que todavía mantienen su conservación.





NULTI



"Pueblo de Paz"

Nulti que significa, "Pueblo de Paz", es una parroquia ubicada al noreste de Cuenca y a 15 minutos de distancia de la ciudad, con una población aproximada de 8.964 habitantes, (INEC 2010).

Con una temperatura agradable y sus grandes planicies, sobre todo en los sectores de Challuabamba, San Juan Pamba, LLatcón, Tablón, La Cofradía, entre otros; a hecho que muchas personas de varias provincias y regiones como: Cañar, el Oriente, la Costa ecuatoriana, e incluso personas y familias de fuera del país la vean como un destino para vivir. Challuabamba es uno de los sectores más desarrollados de la parroquia, posee la mayoría de servicios básicos e incluso una parte urbana.

Los habitantes de la parroquia se dedican a la agricultura, aunque no posee sistemas de riego adecuado para la época de sequía. Además, las personas que habitan en los distintos sectores se dedican a la elaboración de artesanía como: canastas, esteras, ponchos, juegos pirotécnicos. también aquí se prepara y elabora el tradicional pan de Nulti, este pan se prepara en su mayoría en el Centro de Nulti, Arenal, Allpayacu y Guaguazhumi.

Existe aún en algunos sectores la falta de servicios básicos como: agua potable para



NULTI

FIESTA DEL SEÑOR DE LOS MILAGROS DE NULTI

Es una de las fiestas más importantes del sector, ya que el Señor de Nulti a pesar de no ser el patrono de la parroquia es muy venerado debido a los milagros que se le atribuyen. La celebración de esta fiesta se prolonga durante todo el mes de Septiembre y en cada semana del mismo, se designan grupos especiales de sacerdotes encargados de organizar todos los festejos. También colaboran familias, quienes son conocidos como sacerdotes menores. Todos ellos tienen varias responsabilidades como por ejemplo la decoración del templo, contratar juegos pirotécnicos, brindar alimentos a los invitados, amigos, familia, músicos.

PARROQUIALIZACIÓN

El 15 de Septiembre de cada año se presentan bandas de pueblo, juegos pirotécnicos, ferias y fiestas populares con motivo de los festejos de parroquialización de Nulti.

ACCESO

Buses de transporte urbano que salen atrás de la Sala de Velaciones del Cementerio Municipal, con 4 turnos en la mañana, 3 al medio día y 3 en la tarde y vehículo particular.

Chocarsi y Zhizhio, alcantarillado en la mayoría de la parroquia, transporte público continuo a excepción de Challuabamba, explica el presidente de la parroquia "no puede ser que la cabecera parroquial no tenga transporte público, se ha planteado que la línea 13 alargue su recorrido cada media hora al centro parroquial".

Tampoco existen espacios deportivos y recreativos, sobre todo un parque ecológico, sin embargo está "El Plateado" que fue declarado como patrimonio natural, pero el municipio no ha hecho absolutamente nada para darle una readecuación necesaria con el objetivo de que este espacio verde sea un atractivo turístico y un área de esparcimiento para propios y extraños, dice Damián Padilla (autoridad parroquial).

Todo lo contrario, las mineras siguen avanzando y se destruye la naturaleza, se les invitó a las autoridades para que observen los daños que ha provocado la empresa Hidalgo&Hidalgo.

La vialidad es de suma urgencia a ser atendida ya que se encuentran deterioradas las vías de acceso a la parroquia y sus comunidades.

ATRATIVOS TURISTICOS

El cerro Huahualzhumi, se extiende desde la parroquia de Pachcha, convirtiéndose en un mirador natural que permite observar parte de la ciudad de Cuenca, y diferentes parroquias del cantón.

Existen sitios en donde se pueden observar vestigios arqueológicos (en su mayoría Cañaris) como: Loma Ingapirca, Ingamullu, Shishio, Loma Tahual y Huangarcucho.





MOLLETURO



COMPLEJO INCASICO Y ARQUEOLÓGICO DE PAREDONES

Donde el suelo se junta con el cielo, se abre la cortina de nuestra historia

Paredones, en las alturas de los picachos del Chideleg es el alma inmortal de este pueblo, en ella descansan los restos de nuestros ancestros, la identidad de la misma provincia del Azuay y de la patria, es el templo sagrado donde nació la historia, donde ha temblado y tiemblan los pisos de los vivos pajonales y las piedras presagiando la victoria en los párpados del viento, y en el bullicio sonar de sus pasos, tanto en el día como en la noche al mudo testimonio del paso de los siglos.

Ubicación geográfica.- Las ruinas arqueológicas del Paredones se encuentra ubicada en la parroquia Molleturo, situada a 75 km de Cuenca y a 7 km del centro parroquial. Cubre una extensión aproximada de unas 100 hectáreas. Con un clima ecuatorial propio de altas montañas con frecuentes y fuertes vientos huracanados y una neblina bastante espesa. La temperatura va desde los 2 hasta los 12 grados centígrados y cuando existen nevadas su temperatura es bajo cero.

El complejo principal.- Está compuesto por 23 aposentos, estaban destinados al hospedaje y a las actividades consideradas de élite y asuntos relacionados con la parte administrativa.

Un segundo complejo: Diseñado con 5 amplios aposentos contiguos a un patio central,



MOLLETURO



la parte baja del sitio, no cabe la menor duda de que esto fue utilizado para uso de viviendas humanas.

Una pirámide monumental. - De 3 diferentes cuerpos con vestigios de 3 templos y una huaca con empedrado elíptico, similar al elemento de Pilaloma, o a las ruinas del mismo complejo arqueológico de Ingapirca en la provincia del Cañar.

Existe una plaza bastante grande como una rampa escalonada de piedras perfectamente acomodadas, tipo escenario que fue para concentraciones, actos y rituales propios de los incas. Se cree que fue el espacio de adoración al padre Sol o Inti. Tiene una entrada a un cuarto de guardia, corrales, andenes, restos de viviendas y de cuarteles, baños, un adoratorio, un depósito de alimentos, escaleras y muros de contención.



También hay restos de acueductos y de construcciones para superar los desniveles. En suma, las ruinas del Paredones son amplias y tiene mucha similitud de unidades que se ha podido observar en Pumapungo e Ingapirca.



Lo lamentable del complejo es que la mayoría de estos vestigios arqueológicos están en proceso de destrucción, debido a la presencia de basura, la falta de control al ingreso, la propagación de la vegetación, una gran cantidad de acémilas sueltas en este lugar los mismos que hacen de hospedaje dentro de los muros, algunos de estos sillares (piedras figuradas) han sido sustraídas por inescrupulosos moradores de la parroquia y lugares aledaños, para ser utilizadas en las diferentes construcciones.

Según cuenta el libro de Molleturo edición número 2 el arqueólogo inglés Ceci Villers dice: "Que recogió una leyenda sobre la permanencia de cañarís y puruháes que allí se preparaban para la guerra, y también era el camino de la Costa y del Perú, es igual por el camino de Paltas o de Tumbes y Paita, dejando testimonios, en el camino a Naranjal, de trabajos finos en piedras andesitas y en otras de diorita y pórfido, llevadas de sitios muy distantes".



Por el estilo de las construcciones, de los elementos arquitectónicos de infraestructura, y el análisis de los restos culturales encontrados en esta superficie, se puede inferir que el sitio arqueológico de Paredones fue construido una gran parte por la



MOLLETURO

cultura Cañari entre 500a.C y 1.460d.C., luego con la conquista de los Incas 1.450-1.532d.C., estos lugares fueron mejorados en cada uno de sus espacios. El camino fue empedrado, los muros y cimentaciones muestran la utilización de la técnica de la pirca y algunos muros con piedras perfectamente talladas.

EL CAMINO DEL INCA

Los incas fueron grandes constructores de caminos, dotaron de una infraestructura adecuada para su funcionamiento (tambos, caminos, fortalezas, puentes, chasquiuhasis, colcas etc.)

La ruta principal venía desde el Sur hasta el Norte, es decir desde el Perú hasta el sur de Colombia, siguiendo el callejón interandino y de éste se desprendían caminos secundarios que conducían hacia las diferentes partes de la costa y la selva oriental. En el sur del país, la demostración clara es la antigua ciudad del Tomebamba la misma tenía una amplia red vial, de la que destacamos la vía hacia la Costa con un desvío hacia los Paredones.

El camino del inca ha sido parcialmente explorada y estudiada por varios arqueólogos entre ellos: el arqueólogo inglés Ceci H. Willers en el año 1925, también por los arqueólogos cuencanos, Jaime Idrovo, Antonio Carrillo, Vladimiro Galarza.

FESTIVIDADES

Las fiestas patronales de Molleturo, se celebran en el mes de julio. Empiezan el 25 en honor al Santísimo, el 26 a la Virgen Candelaria, el 27 a San Felipe, para culminar el 28 en honor al San Santiago. La organización de la fiesta depende únicamente del sacerdote principal, razón por la cual, él tratara de desempeñar el mejor papel, para así agradar al Santo de su devoción.

La tradición dice que sacerdote principal está en la obligación de dar comida a sus invitados, para ello preparan platos típicos como son: cuy, carne de res, borrego, etc. Por la noche hay la presencia de la chamiza con juegos pirotécnicos y más juegos populares.



ACCESO

Vehículo propio o cualquiera de los buses interprovinciales que parten del Terminal Terrestre con destino a Guayaquil, por la vía Cuenca-Molleturo-Naranjal. También existen buses de la Cooperativa Occidental que parten de la Feria Libre diariamente a diferentes horas.

PARROQUIALIZACIÓN

El 1 de septiembre se celebra la parroquialización de Molleturo, la fiesta empieza el 31 de agosto con la presentación de una agenda cultural en la cual se desarrollan varias actividades tales como: la elección de la reina de la parroquia, show artísticos y eventos deportivos.



CHIQUINTAD



CUNA DE CHOLAS CUENCANAS

Esta parroquia se encuentra ubicada al noroeste de la ciudad de Cuenca a 10 km de distancia tiene 136 años de vida, creada y reconocida por la ley de división territorial del país en mayo de 1878, Chiquintad también conocida como "Ruinas de Fuego" por dos leyendas que han sido contadas por personas adultas del sector, cuentan que esta parroquia renació de los escombros después del incendio y la otra leyenda se dice que en el centro de la parroquia estaba cubierto por una nube que opacaba el lugar, dándole un aspecto de mala suerte de hecho su nombre que está en una lengua cañarí arucana significa "lugar de mal agüero". Este lugar posee una gran riqueza hídrica; sus principales ríos son el Machángara, Patamarca y el Chulco que recorre delimitando la parroquia, sus recursos hídricos y la acción con el ecosistema es una de sus potencialidades.

El Río con el cauce más largo es el Chacayacu, y los ríos Quintul, Corrales y Saymirín son también de gran importancia, en términos del recurso hídrico como tal en los dos primeros casos e hidroenergético en el último. Es de especial atención el hecho de que la mayor parte del cauce del Río Machángara tiene una serie de captaciones para riego y que tanto sus orillas como sus fuentes están en gran medida desprovistas de vegetación protectora.

El recurso hídrico de la parroquia y su relación con el ecosistema de páramo y sus sistemas lacustres de la zona alta, es una de las principales potencialidades de la parroquia en



CHIQUINTAD

términos ambientales, entre los principales cuerpos lagunares destacan los siguientes:

El Labrado, Yanacocha, Chulcucocha, Chacayacu, Rodeo o Hachán, Laguna de cerro Negro, entre otras.

CUNA DE CHOLAS CUENCANAS

Chiquintad se ha caracterizado por ser "Cuna de las Cholas Cuencanas" siendo elegida 21 veces para representar a nuestra ciudad y que ahora forman parte de la galería del gobierno parroquial, estas mujeres que son el símbolo vivo de la identidad mestiza, generalmente mujeres dedicada a labores agropecuarias, su atuendo es un icono folclórico que año tras año han demostrado ser parte de nuestra ciudad. La primera representante de Chiquintad que logró la distinción de Chola Cuencana fue Lucía Vélez en 1959 siguiendo el legado Imelda Riera en 1964, Teresa Vélez en 1967, Margarita Carpio en 1971, Julia Riera en 1978, Inés Carpio 1980, Teresa Aucapiña en 1981, Rosa Riera en 1982, Margarita Merchán en 1984, Miriam Larrea en 1987, Olga Vélez en 1988., Angelita Peralta en 1990, Sonia Gahuancela en 1993, Albita Vélez en 1995, Alexandra Vélez en 1996, Tránsito Vélez en 1997, Gissela Ochoa en 2004, Paulina Gómez en 2006, Mariela Pesántez en 2011, Margarita Alvarado en 2012 y la Srta. Teresita Carpio actualmente chola cuencana 2014-2015

La Parroquia busca un período de cambio y progreso con el objetivo de satisfacer las necesidades en las distintas comunidades y sectores y de tratar de mejorar la calidad de vida de su gente contando siempre con el trabajo que se realiza en equipo.

PARROQUIALIZACIÓN

El 27 de mayo es la fiesta de parroquialización de Chiquintad. Durante estos festejos se elige a la reina de la parroquia y se realiza la sesión solemne. Hay desfiles, juegos pirotécnicos y demostraciones de tejido de sombreros de paja toquilla

FESTIVIDADES

La Santísima Virgen María Inmaculada de Saymirin "madre de los migrantes"

"Refugio y consuelo de los chiquinteños" fue iniciada y fomentada por su gente, el 8 de diciembre, los devotos acuden frecuentemente con flores y devociones al lugar llamado Saymirin, en donde se coloca en el precipicio de una quebrada adornada la imagen de la virgen, asentada sobre un pedestal de roca natural y cubierta por paja, los devotos dejan a la imagen fotos, pedazos de cabellos como una ofrenda por sus milagros recibidos, las limosnas son altas pues consisten en el primer sueldo de la llegada de las personas a su nuevo lugar de residencia, se culmina con música y un magnifico acto socio-cultural.



ACCESO

Se puede llegar en vehículo propio o en buses rurales que salen del mercado 27 de febrero, pasando por el terminal terrestre cada 30 minutos.



EL VALLE



Una zona de cambio

La parroquia de "San Bautista de El Valle" está situada al sureste de Cuenca (5 Km). Su altura es de 2.520 metros sobre el nivel del mar y su temperatura promedio es de 15 grados.

Esta parroquia es famosa por su importante producción de maíz. Cerca del 81% de su territorio está dedicado a cultivos de ciclo corto (maíz, fréjol papas).

Entre sus atractivos turísticos los más representativos y encantadores de esta zona tenemos las lagunas de Cochapamba de totora (junco acuático).

La colina de Tasqui que permite una impresionante vista de la parroquia y de la ciudad de Cuenca. El río Muluay cuyo entorno ofrece la posibilidad de disfrutar de agradables momentos de recreación.

Sector conocido como "El Verde", cerro sagrado para los Cañaris en donde se encuentran gran cantidad de vestigios cerámicos y desde donde se observa parte de la ciudad de Cuenca.



EL VALLE

ECOPARQUE

Por aproximadamente 25 años, los desechos que se generaba en Cuenca se depositaban en el denominado vertedero de El Valle. En junio de 2001 el lugar fue cerrado y dio inicio a la propuesta de recuperación de las 9.5 hectáreas que conforman este espacio.

Este proyecto fue emprendido por la empresa municipal de aseo de Cuenca, para evitar un mayor daño de la vida silvestre en la ciudad y potenciar la actividad educativa.

El área se ha recuperado gracias a la disposición técnica de escombros para la posterior construcción del área de recreación con su cancha de fútbol, parque con juegos infantiles, mirador, aula de educación, planta de compostaje y centro de rescate de animales... un lugar sano de esparcimiento familiar.

Entre las especies rescatadas están varias razas de monos como el chorongo, mono ardilla, mono machines blancos y mono titi. Además, de los animales domésticos como cacatúas agapornis, patos, también se encuentra el cuchucho y venado.

Son en total 79 especies entre aves, mamíferos y reptiles que reciben atención para el programa de concienciación ambiental en el Eco parque, con un aproximado de visitas entre 700 y 800 personas por mes.

Los objetivos del Eco parque son la educación y la socialización para los estudiantes, concienciación para el manejo adecuado del entorno natural y biodiversidad, recreación y espacio para la convivencia comunitario a través de diversos programas, además de la producción de abono orgánico humus para incentivar su uso en la producción agrícola.

FESTIVIDADES

Estas fiestas se las realiza el 28 de Octubre. La duración y organización de estas fiestas están a cargo de los priostes o instituciones que intervienen en la realización de los diferentes programas.

PARROQUIALIZACIÓN

El 28 de Octubre es el aniversario de la parroquialización de El Valle, se realizan en su homenaje desfiles, música, danzas, presentaciones artísticas, vasijas de barro, etc.

ACCESO

La parroquia se encuentra aproximadamente a 20 minutos en automóvil, existen buses urbanos como inter-parroquiales los cuales llevan en sus rótulos el nombre de la parroquia, con fácil acceso a los mismos y con vías en buenas condiciones.





CHAUCHA



"Un pueblo que conserva sus tradiciones"

Esta parroquia se encuentra ubicada a (80 Km.) de Cuenca a una distancia considerable con una población 1.227 habitantes (INEC) 2010 entre sus atractivos turísticos está la laguna de Angas: ubicada a 2.500 msnm se encuentra en el kilómetro 13, junto a la vía que conecta a Cuenca -Soldados-Chaucha. De sus aguas nace el Río Chaucha mismo que atraviesa la parroquia hasta llegar a la costa y desemboca en el Pacífico y la Cascada de Jeréz que se encuentra a 2000 msnm, esta cuenta con una excitante vegetación de árboles típicos de la zona localizada a unos 20 minutos de la vía principal que conecta desde Cuenca- Chaucha. También está el Bio-corredor Yanuncay, el cual permite observar diferentes pisos altitudinales y paisajes. Existen también puntos en donde se pueden encontrar vestigios arqueológicos como: Tamboloma, Mirador, Loma Alpaca, Baños Yunga.

Chaucha a través de su gobierno parroquial y con el apoyo de las diferentes instituciones del estado y la empresa privada es beneficiaria de obras de vialidad como son las comunidades de Habas, Baños Yunga, Coca, Cedro, Zhin-Alto y la vía principal que conduce a Chaucha en el tramo comprendido desde el sector de Soldados hasta la comunidad de Angas. También cuenta con el Hogar Juvenil de Chaucha, en el cual 28 jóvenes de escasos recursos económicos de las comunidades que se encuentran distantes a la Unidad Educativa San Gabriel de Chaucha, reciben hospedaje y alimentación durante los 5 días de la semana, con el objetivo de que los jóvenes se formen y se eduquen.



CHAUCHA

Entidades gubernamentales han tomado como aspecto primordial la salud, es así que a través de Ecuador Estratégico se ha proporcionado sistemas de agua potable para las comunidades de San Antonio y San Gabriel, beneficiando un total 180 familias para una atención digna y mejorar la calidad de vida de los habitantes. Se ha construido un Centro de Salud, que beneficiará a toda la población de la parroquia.

Los habitantes del sector han participado en diferentes reuniones de planificación conjuntamente con las autoridades locales para la aprobación del presupuesto participativo y la ejecución de obras que serán de prioridad y se ejecutaran durante el próximo año en la parroquia y sus distintas comunidades.



FESTIVIDADES

Se realiza una fiesta en honor al ángel San Gabriel (patrono de la parroquia) el 29 de septiembre de cada año sin embargo, esta fecha no es fija pues siempre se procura que coincida con los tres días de celebración de viernes a domingo.

El 13 de junio se celebra la fiesta de San Antonio, con manifestaciones culturales como: danza, bandas de pueblo, juegos pirotécnicos, comparsas, etc.

Son tres días de fiestas, se mata una res por día, en la que participan 3 barrios de la parroquia y cada uno es el encargado por un día.

ACCESO

El acceso se lo puede hacer en vehículo propio y además están los buses de servicio interparroquial, que están ubicados en la parte posterior de la Feria Libre con diferentes turnos en la mañana y tarde.





SAYAUSI



LUGAR DE TRADICION CULTURAL, GENTE TRABAJADORA Y UNA RIQUEZA NATURAL

La parroquia de Sayausí está ubicada a (8 Km. aproximadamente de la ciudad de Cuenca) tiene una extensión de 36 Km. cuadrados, con una población aproximada de 8.392 habitantes, su temperatura promedio es de 16 C y su altura de 2600 m.s.n.m. (INEC 2010)

Existen diferentes atractivos turísticos como el cerro Cabogana, el cerro Minas, el Parque Nacional Cajas, toda esta área está cerca de Sayausi, donde cuentan con ríos, montañas, jardines, plantaciones, animales silvestres y una gran variedad de flora y de una exquisita gastronomía que tiene el lugar, convirtiéndose así en una zona virgen atrayendo turistas tanto nacional como extranjeros

BISUTERÍA Y RECICLAJE

El proyecto KALLPA WARMI (fuerza, mujer) es una organización, en el cual están conformado por 20 mujeres de las cuales están encargadas en lo que es la bisutería artesanías, gastronomía y tejidos detrás de estas madres trabajadoras existen familias que también colaboran con este trabajo sus artículos son a base de materiales reciclados, los precios oscilan desde los 50 ctv., como aretes de papel hasta los 50 dólares que son botas tejidas a mano, Este grupo de mujeres utiliza los residuos como su materia prima, empezaron a realizar su negocio enfocado en la



SAYAUSI

creación de bisutería ecológica con materiales de desecho, sobre todo de envases de plástico y papel.

La idea de empezar a reciclar estos envases para crear bisutería surgió como una posibilidad de quienes formaron parte de esta capacitación que dictó la Srta. Talía Orenzel voluntaria, varias mujeres vieron esta iniciativa como una fuente de negocio y que ahora realizan collares, manillas, aretes de todos los modelos y diseños únicos que gozan de aceptación por ser económicos y originales; es así que se comienza a diseñar bisutería creada a partir de estos materiales que son accesibles para las ciudadanas de la localidad y de la ciudad.

La sostenibilidad, la ecología, el reciclaje y su diseño único y original están detrás de las mujeres de la comunidad de Sayausí. "Pensamos que el sector de la moda sostenible está en expansión por la tendencia de consumo respetuoso con el medio ambiente, reciclados o reutilizados, hecho en condiciones laborales justas", afirmó la Sra. Rosa Germania Chuñir, emprendedora de la parroquia.

Por ahora, sus lugares de venta son: ferias parroquiales, ferias artesanales en Cuenca y se realizan ventas por medio de redes sociales como Facebook.

Marisol Peñaloza facilitadora del Infocentro de Sayausí prioriza el diseño único y hecho a mano en respuesta a la cultura de usar y desechar, esta artista azuaya defiende los productos con materiales reciclados que transmiten emociones y perduran en el tiempo.

PARROQUIALIZACIÓN

El 27 de Mayo se celebra la parroquialización de Sayausí, hay desfiles, música, danza, escaramuzas, artistas.

FESTIVIDADES

La fiesta principal de la parroquia Sayausí es celebrada en honor a su patrono San Pedro, que se celebra el día 29 de Junio. Inician con tres días de anticipación, procurando que el último día Sayausi coincida con la fecha indicada. En las vísperas los habitantes del sector embanderan sus casas, el primer día de la celebración comienzan con una misa en la mañana y en la noche, se quema "chamisas" y castillos, en los días siguientes se realiza el desfile cívico el cual acompañan autoridades y estudiantes de las instituciones, se vela al patrono en el sector de bellavista el cual es acompañado con una procesión a la iglesia, entre los diferentes eventos están programados la clásica carrera pedestre y la presentación del tradicional baile de los disfraces en el que participan personas de todas las edades vistiendo indumentarias típicas o de payasos, militares, viejos y concluyendo con la presentación de artistas, cohetes, vacas locas y su tradicional baile popular.

ACCESO

Se puede acceder mediante vehículo propio o buses urbanos, de la línea 3 (Eucaliptos-Sayausí). Los mismos pueden ser tomados en la Av. Ordoñez Lazo, Av. de Las América, Condamine, Guapondelig, González Suárez .



RICAUURTE



Lugar de encuentro comunitario...

La parroquia de "San Carlos de Ricaurte", ubicada al noroeste a (8 km.) de Cuenca con 19.361 habitantes (INEC 2010) . Esta zona es una de las más representativas de la ciudad ya que se destaca por su gastronomía como un icono representativo de la ciudad de Cuenca, con gente bondadosa que atrae a sus alrededores a grandes y pequeños. esta cuenta con un atractivo turístico como son los cerros pequeños que la rodean y de los cuales presentan formaciones de tipo volcánico, la Huajibamba es otro lugar considerado como zona arqueológica, su iglesia, restaurantes como también haciendas han hecho que esta parroquia se destaque de una manera especial en lo que es comida típica, como las papas con cuy que es ya un especial de la zona, también está rodeada por 32 comunidades, en los cuales puede observar intensos sembríos de maíz y de alfalfa haciendo de este lugar lleno de vegetación.

Historia

La creación de la parroquia fue el 25 de marzo de 1910, fue impulsado por el sacerdote Isaac Antonio Chico, él promovió el adelanto material y espiritual de la comunidad. El músico azuayo Luis Pauta Rodríguez, en esa fecha concejal de Cuenca, también participó en la creación de esta parroquia civil, en 1964 se nombró a Ricaurte como parroquia eclesiástica. La capilla de la parroquia está ubicada en el parque central y tiene la imagen de San Carlos Borromeo, patrono del lugar.



RICAUURTE

La parroquia lleva el nombre de San Carlos de Ricaurte, este último nombre es en honor a un soldado de la independencia americana, Antonio Ricaurte.

Entre sus costumbres, tradiciones y fiestas se lleva a cabo en la segunda semana de Noviembre las fiestas patronales a San Carlos Borromeo y con la colaboración de sacerdotes hacen que esta fiesta religiosa sea una de las mejores para sus feligreses.



FESTIVIDADES

Una de las fiestas más populares del sector es la de San Carlos, esta celebración empieza con varios días de anticipación, sus diferentes comunidades realizan ferias en la plaza, bingos y juegos pirotécnicos para así dar comienzo a la liturgia y una procesión en honor al Santo Patrono, en la cual están presentes autoridades civiles y eclesiásticas.

Cada barrio, parroquia o comunidad es parte de este evento participando en diferentes festivales de danza y la participación de grupos invitados que amenizan el lugar y también hay que destacar el tradicional "Banquete del Cuy" donde pequeños, grandes y ancianos lo disfrutan, y para finalizar se cuenta con vacas locas, castillos, juegos pirotécnicos y el tradicional baile.



PARROQUIALIZACIÓN

Cada 25 de Marzo Ricaurte se viste de fiesta la misma que es acompañado por bandas de pueblo, juegos pirotécnicos, ferias y fiestas populares.

ACCESO

Se puede acceder en vehículo privado o tomado los buses de la compañía Ricaurte desde el centro de la ciudad de Cuenca (turnos cada cinco minutos). El estado de la vía es bueno





Glosario

Compostaje:

Materia orgánica procedente de residuos agrícolas y de la jardinería tratados para acelerar su descomposición y ser utilizados como fertilizante.

Humus:

Sustancia que se crea a partir de la descomposición de materias orgánicas presentes en la capa superficial de un suelo.

Picachos:

Cima aguda de una montaña

Huaca:

Conjunto de objetos precolombinos de valor que se encuentran en los sepulcros de los antiguos indígenas de América del Sur.

Elíptico:

Que tiene la forma de la elipse o es parecido a ella. "órbita elíptica"

Pumapungo:

Que significa: Puma = león americano y pungo = puerta, es decir puerta del puma o león americano.

Ingapirca.:

Es una palabra quichua que significa Muro del Inca.

Acémilas:

Persona ruda y torpe de entendimiento.

Mula:

Animal de carga producto del cruce de caballos y asnos.

Pórfido:

Roca constituida principalmente por cristales de feldespato y cuarzo incluidos en una masa de color rojo oscuro; es muy apreciada en la decoración de edificios.

Molleturo:

Es el nombre quichua del lugar, compuesto de "mulli" que significa árbol, y "turu" que significa lodo.

KALLPA WARMI:

Fuerza mujer

El idioma puruhá o puruguay es una lengua indígena actualmente extinta, que fue la lengua principal de lo que actualmente es la provincia de Chimborazo en el centro de Ecuador. Fue la lengua de la madre del último inca independiente Atahualpa.

Pichay:

Barrer.

Inti Raymi:

Es una antigua ceremonia religiosa andina en honor al Inti, que se realiza cada solsticio de invierno en los Andes.

Sayausi:

Es un oasis verde ubicado en el área sur de Ecuador. Esta área está cerca del Parque Nacional El Cajas. Sayausi contiene ríos, montañas, jardines, y plantaciones. Sayausi es un paraíso virgen.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Paccha, Tarquí, Cumbre, Ricaurte, El Valle, Turi, Chaucha, Molleturo, Llacao, Nulij, Sidcay, Victoria del Portete,
Octavio Cordero, Sinincay, Checa, Chiquintad, Quingeo, Sayausi, San Joaquín, Baños, Santa Ana



Gente Construyendo Futuro



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Con el presente proyecto se obtuvo la creación de la revista comunitaria “La Vasija”, y como resultado establecimos un nuevo modelo de comunicación, fomentando así la interrelación entre parroquias rurales con el resto de la sociedad.
- La recolección de la información de cada una de las características de las parroquias rurales del cantón Cuenca, nos fue de gran utilidad para conocer las potencialidades de las mismas y establecer medios de comunicación efectiva y espacios de diálogo, a través del cual podemos sacar lo más importante a incluir en la revista comunitaria.
- Todas las herramientas utilizadas para realizar el diagnóstico, dentro de las cuales se encuentran encuestas, diálogos, sirvió en gran medida para ayudar con la identificación del nivel de aceptación del trabajo de tesis, así como determinar cuántas personas o grupos van a intervenir dentro del proyecto.
- Dentro del desarrollo de la creación de la revista, se emprendieron estrategias de comunicación, tales como realizar invitaciones a eventos, asistencias a las parroquias rurales, sus festividades, y a resaltar la importancia de incluir lo turístico, gastronómico, cultural, etc., que nos facilitó a adquirir la confianza de las parroquias participantes y apoyarnos en la creación de la revista comunitaria.
- Con la implementación de la revista fue posible capacitar a los miembros de los grupos de trabajo, formular las preguntas para establecer los temas a incluir dentro de la misma.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Dar a conocer un medio de comunicación alternativo a las parroquias rurales, nos permitió despertar el interés acerca de lo importante que significa promover para el crecimiento económico, cultural, turístico de cada una de las mismas, así como determinar herramientas para dar cumplimiento a las actividades planificadas para lograr alcanzar el objetivo de publicar la primera edición de la revista comunitaria.
- Para la ejecución de la revista se determinó el enfoque de acuerdo a la necesidad de implementar la misma a nivel de las áreas rurales del cantón, dando importancia a aspectos como planificación con los grupos involucrados, la realización de las estrategias y la gestión requerida para canalizar la impresión del producto informativo.
- Dentro de los eventos que realiza el consorcio de los GAD Parroquiales Rurales se dio la oportunidad de dar a conocer la creación de la revista, y su impacto en los aspectos culturales, turísticos, religiosos, etc.; con lo cual se brindó y promovió el interés de participar en el mismo y coordinar las acciones para que el medio de comunicación se publique en las parroquias rurales del cantón.
- Para cubrir los costos de la producción del medio de comunicación se tuvo que gestionar los recursos a través de reuniones, acuerdos y aporte de la entidad pública, así como del aporte propio de las ejecutoras del proyecto, gracias a los cuales se pudo realizar la impresión de la primera edición del producto informativo.
- Luego de la primera edición de la revista, las ejecutoras del proyecto se deslindan de su continuidad para dejar la responsabilidad de las posteriores ediciones de la revista “La Vasija” al grupo de trabajo conformado, el cual definirá los contenidos de la misma.



RECOMENDACIONES

- La recomendación que se realiza en este proyecto es que la Universidad de Cuenca gestione la posibilidad de brindar apoyo económico a los proyectos de los estudiantes de Comunicación Social, de tal manera que, puedan alcanzar los objetivos propuestos y creando convenios y acuerdos entre las Instituciones que hacen posible que los medios de comunicación no tradicionales se sigan promoviendo en las parroquias rurales del cantón.
- Se sugiere que todos los medios de comunicación, ya sean estos, periódicos, revistas, dirigidas a las comunidades rurales del cantón o al exterior, estén a la disponibilidad de los estudiantes para motivarles e incrementar el interés en desarrollar proyectos que permitan dar a conocer otros aspectos importantes de las parroquias ya que existen instituciones que colaboran con proyectos de mejora para el desarrollo de la sociedad.
- Ponemos a consideración de las autoridades de la Universidad la posibilidad de incluir dentro del pènsum de estudios de la especialidad en periodismo, de una o más materias que hagan alusión al diseño y utilización de herramientas informáticas que posibiliten incrementar el conocimiento y su aplicación al momento de ejecutar un proyecto de titulación.
- Al momento de realizar proyectos de tesis en las parroquias rurales se sugiere que se trabajen con los grupos de personas que integren grupos proactivos, que sepan de la realidad en la que se desenvuelven los habitantes de la parroquia donde residan, y de esta manera puedan gestionar y coordinar las reuniones para fomentar la promoción de temas relacionados con la implementación de medios de comunicación que interesen a la comunidad.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Para obtener un producto con el sentido de impulsar los aspectos propios de cada parroquia, sugerimos que se evite la presencia o influencia de personas o líderes que generen de una u otra manera que los contenidos de la revista sean colmados de su información ya que no tendría sentido la visión para la cual se implementó el proyecto.
- Para llevar a cabo los proyectos de creación de medios de comunicación dirigidos a las parroquias urbanas y rurales del cantón cuenca, se debe contar con la participación de las personas de todas las edades ya que de cada una de ellas se pueden obtener ideas, pensamientos, estrategias, acciones que permitan viabilizar la implementación de actividades que nos sirvan para alcanzar el objetivo que se plantean.
- Para el correcto desarrollo de las actividades dentro de un proyecto de creación se sugiere que la comunidad, parroquia o cantón, brinde las posibilidades y espacio físico acorde a las necesidades de las personas que integran el trabajo para evitar el costo que generaría el alquiler de espacios para la realización de dichas actividades.
- Se recomienda a los miembros de las juntas parroquiales continuar con la emisión de la revista que permita la promoción turística, gastronómica, entre otros aspectos, y de tal forma den a conocer lo más relevante de sus parroquias.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

BIBLIOGRAFÍA

- Alsina, M. (2001). *Teorías de la comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Ander-Egg, E. (1999). El Mundo que vivimos. En E. Ander-Egg, *El Mundo que vivimos*. Buenos Aires: ECRO.
- Asamblea Constituyente. (5 de Enero de 2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Recuperado el 15 de Julio de 2014, de http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Asamblea nacional. (21 de enero de 2014). Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización. Quito: Registro Oficial No 166.
- Bavister, S., & Vickers, A. (2011). *PROGRAMACION NEUROLINGÜÍSTICA (PNL)*. Barcelona: Editorial Amat.
- Bermeo, H. (2013). *Análisis de vulnerabilidad del cantón Cuenca*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Blanshe, J. (2013). La Educación desde la Comunicación. En J. Blanshe, *La Educación desde la Comunicación* (pág. 76). México: Editorial INNOVA.
- Breth, A. (2009). La Producción Social de Comunicación. En A. Breth, *La Producción Social de Comunicación* (pág. 73). México: Editorial Alianza.
- Cabrera, A., & Pelayo, N. (2002). *Lenguaje y comunicación: conceptos básicos, aspectos teóricos generales*. Caracas: Editorial CEC S.A.
- Cáceres, G. (2013). La Caída de la Publicidad y el auge de las Relaciones Públicas. En G. Cáceres, *La Caída de la Publicidad y el auge de las Relaciones Públicas* (pág. 84). Barcelona: Mateu Cromo Artes Gráficas.
- Chiavenato, I. (2010). Comportamiento Organizacional. La dinámica comunicacional en las organizaciones. En I. Chiavenato, *Comportamiento Organizacional. La dinámica comunicacional en las organizaciones* (pág. 65). México: Editorial Thompson Learning Segunda Edición.
- Cornejo de Grunauer, M. d., Zorrilla, D., Bermúdez, N., Estacio, J., Arrazola, I., Carrera, F., y otros. (8 de Enero de 2013). *"IMPLEMENTACION DE LA METODOLOGIA DE ANÁLISIS DE VULNERABILIDADES A NIVEL*



CANTONAL" CUENCA. Recuperado el 10 de Marzo de 2015, de <http://repositorio.cedia.org.ec/bitstream/123456789/842/1/Perfil%20territoria%20CUENCA.pdf>

- Costa, J. (2009). Dirección de la Comunicación. En J. Costa, *Dirección de la Comunicación* (pág. 19). Madrid: Editorial Paidós Tercera Edición.
- Cutlip, Scott. (2010). *Relaciones Públicas Eficaces*. México: Editorial Gestión 2000.
- Fernández, J. (2011). *Hispanoteca. Lengua y Cultura*. Recuperado el 9 de julio de 2015, de Hispanoteca. Lengua y Cultura: <http://www.hispanoteca.eu/Foro-preguntas/ARCHIVO-Foro/Comunidad.htm>
- Flores , J., & Arruti, A. (2004). *Gestión del conocimiento en los medios de comunicación: conceptos, pautas y estrategias de gestión del conocimiento aplicadas a las empresas de cunicación*. México: Fragua.
- Fonseca, J. (2010). Desafíos de la sociedad de la información en América Latina y Europa, primer foro de las comunicaciones. En J. Fonseca, *Desafíos de la sociedad de la información en América Latina y Europa, primer foro de las comunicaciones* (pág. 94). Santiago de Chile: Ediciones Santiago de Chile, Primera Edición.
- Gamez, R. (2004). *Comunicación Y Cultura Organizacional en Empresas Chinas Y Japonesas*. México: Grijalbo.
- García, A. (2008). Los Procesos de la Comunicación y del Lenguaje. En A. García, *Los Procesos de la Comunicación y del Lenguaje* (pág. 24). Santafé de Bogotá: Editorial Ecoe.
- Gil, M. (2000). *E-zines: diseño de revistas digitales*. Madrid: Gustavo Gili Editorial.
- Homs, A. (2009). La Comunicación Educativa como una Experiencia de Vida. En A. Homs, *La Comunicación Educativa como una Experiencia de Vida*. (págs. 98-100). Madrid: Editorial UNAM, ENEP.
- Jiménez, J. C. (2010). Amplia tus oportunidades. En J. C. Jimenez, *Paradigmas de la motivación personal* (pág. 103). Caracas: Cograf Publicaciones.
- Juncos, O., & Pereiro, A. (2009). Comunicación y Lenguaje en edades avanzadas. En O. Juncos, & A. Pereiro, *Comunicación y Lenguaje en edades avanzadas* (págs. 565-586). Madrid: Editorial Masson.



- Krusche, H. (2001). *Libre como el águila: PNL y chamanismo*. Barcelona: Editorial Sirio.
- Kotlert, P., & Armstrong, G. (10 de Mayo de 2008). *Marketin: Version para Latinoamérica*. Recuperado el 10 de Mayo de 2014, de <http://www.terras.edu.ar/aula/tecnicatura/11/biblio/KOTLER-Philip-Armstrong-Gary-Cap14-Estrategia.pdf>
- Leslie, J. (2013). *Nuevo diseño de revistas 2, Volume 2*. Madrid: Gustavo Gili Editorial S.A.
- Leon, A. (2005). *Estrategias Para el Desarrollo de la Comunicación Profesional*. México: Limusa.
- Martínez, F. (2012). La Comunicación clave del desarrollo y la productividad. En F. Martínez, *La Comunicación clave del desarrollo y la productividad*. (págs. 26,28,30,31,46,84.). México: Editorial Limusa.
- Meneses, J., Caparrós, M., Arias, E., Guillermprieto, A., & Gustavo, G. (26 de Febrero de 2011). *Revistas Impresas*. Recuperado el 25 de Enero de 2015, de <https://clasedeedicion01.files.wordpress.com/2011/02/clase-4.pdf>
- Miembros del Proyecto de Vulnerabilidad del Cantón Cuenca. (1 de Enero de 2013). *Perfil Territorial Cuenca*. Recuperado el 27 de Diciembre de 2014, de <http://repositorio.cedia.org.ec/bitstream/123456789/842/1/Perfil%20territoriaI%20CUENCA.pdf>
- Moreno, P. (2012). La Comunicación global, Comunicación Institucional y de Gestión. En P. Moreno, *La Comunicación global, Comunicación Institucional y de Gestión*. (pág. 13). Madrid: Editorial Paidós.
- Mosquera, M. (9 de Noviembre de 2008). *La Salud y la Comunicación*. Recuperado el 25 de Mayo de 2014, de http://www.scielosp.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-00642008000500010
- Philip, K. (2002). *Direccion de Marketing: Conceptos Esenciales*. México: Pearson Education.
- Portugal, M. G. (Abril de 2007). *Promonegocios.net*. Recuperado el 10 de 04 de 2015, de Promonegocios.net: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/cultura-concepto.html>



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Prieto, D. (2009). Análisis del Proceso de comunicación. En D. Prieto, *Análisis del Proceso de comunicación* (págs. 2-5). Quito: Editorial CIESPAL.
- Prieto, D. (10 de Abril de 2011). *La Comunicación en la educación*. Recuperado el 10 de Abril de 2014, de <http://www.terras.edu.ar/aula/tecnicatura/3/biblio/3Prieto-Castillo-Daniel-Comunicacion.pdf> 4-12.
- Quinatoa, D. (10 de Enero de 2008). *Diseño y edición de una revista informativa y publicitaria para el barrio "San Juan" Quito*. Recuperado el 20 de Enero de 2010, de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2632/1/DISENO%20Y%20EDICION%20DE%20UN%20RAVISTA%20INFORMATIVA%20Y%20PUBLICITARIA%20PA.pdf>
- Real Academia Española*. (15 de 3 de 2015). Obtenido de Real Academia Española: <http://lema.rae.es/drae/srv/search?id=yilmwzuvuYDXX2yBWBGGa>
- REPÚBLICA DEL ECUADOR. (5 de Enero de 2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Recuperado el 15 de Julio de 2014, de http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Robbins, C. (2010). La Era de la Información, Economía, Sociedad y Cultura. En C. Robbins, *La Era de la Información, Economía, Sociedad y Cultura*. (pág. 14). México: Editores Siglo Veintiuno Volumen III, Sexta Edición.
- Sandoval García, C., & Al-Ghassani, A. (20 de Enero de 2010). *Inventario de los medios de comunicación en Costa Rica*. Recuperado el 15 de Mayo de 2014, de <http://www.banrepcultural.org>
- Vidal, J. (2000). *Paradigmas básicos en la comprensión del proceso de comunicación*. En L. López Viera (comp.), *Comunicación Social. Selección de textos (1ra ed., pp. 3-12)*. La Habana: Felix Varela.
- Yaguachi, O. (16 de Julio de 2014). Funciones del consorcio de los GAD Parroquiales de Cuenca. (V. Ortiz, & K. Quezada, Entrevistadores)
- Zanón, D. (2005). *Introducción Al Diseño Editorial*. Madrid: Grupo Corporativo Visionet.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXOS



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Anexo1

Modelo de Solicitud para la participación del Proyecto

Universidad de Cuenca

Facultad de Filosofía

Ciencias de la Comunicación Social

Cuenca, Mayo de 2014

Estimados

Presidentes de Juntas Parroquiales

Reciban un cordial saludo

Por medio del presente nos comunicamos con ustedes para darles a conocer la propuesta: "Proyecto para la creación de una revista dirigida a las parroquias rurales del cantón Cuenca". El tema propuesto forma parte del Diseño de Proyecto previo a la obtención del título de Licenciadas en Comunicación Social con mención en Periodismo de la Universidad de Cuenca.

El proyecto contempla la implementación de una revista temática orientada a mejorar los procesos de comunicación que actualmente existen en la ciudad de Cuenca, es por ello que planteamos un medio con enfoque en las áreas rurales, el mismo que sea capaz de transmitir las necesidades, atractivos turísticos, cultura, tradición y otros aspectos relevantes para la población.

En el marco de lo expuesto deseamos invitarles a participar de esta propuesta que no tiene fines de lucro y el beneficio absoluto será para la sociedad. Por tal motivo solicitamos nos ayuden con una respuesta de sus intenciones de participación. Como guía de la temática expuesta adjuntamos el esquema de tesis que fue presentado en la Universidad de Cuenca. Por su atención quedamos agradecidas y dejamos abierto un canal de comunicación para solventar cualquier inquietud respecto al tema.

.....
Karina Quezada Galarza

.....
Laura Ortiz Salamea



UNIVERSIDAD DE CUENCA

OFICIOS DE RESPUESTA DE LOS GADS PARROQUIALES QUE PARTICIPARON



UNIVERSIDAD DE CUENCA



GOBIERNO AUTONOMO
DESCENTRALIZADO PARROQUIAL
DE QUINGEO

Teléfonos: (07) 2 85-12-61- 0991569460

Oficio N° 092 -G.P.Q.

Quingeo, 23 de julio del 2014

Señoritas

Karina Quezada; Verónica Ortiz

EGRESADAS UNIVERSIDAD DE CUENCA FACULTAD DE FILOSOFÍA
Cuenca.

De mis consideraciones:

Reciba un cordial y afectuoso saludo, en atención al oficio recibido en esta oficina del 23 de julio del presente año, el Gobierno Parroquial de Quingeo manifiesta que brindara el apoyo necesario para el proyecto "Creación de una revista dirigida a las Parroquias Rurales del Cantón Cuenca" puesto que de esta manera se podrá en conocimiento público la cultura, tradiciones, lugares turísticos, gastronomía entre otros aspectos que resaltan la belleza de la parroquia.

Por la favorable atención que dé a la presente le anticipo mi agradecimiento

Atentamente

Sr. Rodrigo Rosendo Morales Gómez
PRESIDENTE DEL GOBIERNO
PARROQUIAL DE QUINGEO.
R.M/j.t



Mail: gadparroquiaquingeo@gmail.com



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CONSORCIO DE GOBIERNOS PARROQUIALES RURALES DEL CANTON CUENCA
Dirección: General Torres 7-15 y Presidente Córdova



Cuenca, a 05 agosto de 2014.

Señoritas:

Karina Quezada
Verónica Ortiz.

EGRESADAS DE LA FACULTAD DE FILOSOFIA DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA.

Cuenca.

De mi consideración:

Reciban un cordial y afectuoso saludo, en atención al oficio recibido en esta oficina de fecha agosto del 2014, el Consorcio de Gobiernos Parroquiales Rurales de Cuenca, manifiesta que brindará el apoyo necesario para el proyecto **“Creación de una revista dirigida a las parroquias rurales del cantón Cuenca”** puesto que de esta manera se pondrá en conocimiento público: la cultura, tradiciones, lugares turísticos, gastronomía, entre otros aspectos que resalten la belleza de los sectores rurales del cantón.

Con sentimientos de consideración y estima, me suscribo.

Atentamente;

Ing. Daniel García

PRESIDENTE DEL CONSORCIO DE GADs PARROQUIALES RURALES DE CUENCA.

Email:juntasparroquiales@gmail.com Teléfono: 2840-177.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CONSORCIO DE GOBIERNOS PARROQUIALES RURALES DEL CANTON CUENCA
Dirección: General Torres 7-15 y Presidente Córdova



Señoritas

Karina Quezada; Verónica Ortiz

EGRESADAS DE LA FACULTAD DE FILOSOFIA DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuenca.

De mi consideración:

Reciban un cordial y afectuoso saludo, en atención al oficio recibido en esta oficina de fecha Junio del 2014, el Gobierno Parroquial de Ricaurte manifiesta que brindará el apoyo necesario para el proyecto **“Creación de una revista dirigida a las parroquias rurales del cantón Cuenca”** puesto que de esta manera se pondrá en conocimiento público la cultura, las tradiciones, lugares turísticos, gastronomía entre otros aspectos que resalten la belleza de esta parroquia.

Con sentimientos de consideración y estima, me suscribo.

Atentamente;

Ing. Daniel García Pineda

PRESIDENTE DEL GAD PARROQUIAL DE RICAURTE

Email:juntasparroquiales@gmail.com Teléfono: 2840-177.



UNIVERSIDAD DE CUENCA



GOBIERNO AUTONOMO
DESCENTRALIZADO PARROQUIAL
DE QUINGEO

Teléfonos: (07) 2 85-12-61- 0991569460

Oficio N° 092 -G.P.Q.

Quingeo, 23 de julio del 2014

Señoritas

Karina Quezada; Verónica Ortiz


EGRESADAS UNIVERSIDAD DE CUENCA FACULTAD DE FILOSOFÍA
Cuenca.

De mis consideraciones:

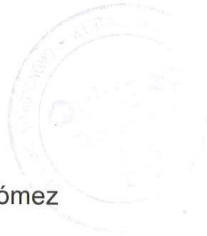
Reciba un cordial y afectuoso saludo, en atención al oficio recibido en esta oficina del 23 de julio del presente año, el Gobierno Parroquial de Quingeo manifiesta que brindara el apoyo necesario para el proyecto "Creación de una revista dirigida a las Parroquias Rurales del Cantón Cuenca" puesto que de esta manera se podrá en conocimiento público la cultura, tradiciones, lugares turísticos, gastronomía entre otros aspectos que resaltan la belleza de la parroquia.

Por la favorable atención que dé a la presente le anticipo mi agradecimiento

Atentamente



Sr. Rodrigo Rosendo Morales Gómez
PRESIDENTE DEL GOBIERNO
PARROQUIAL DE QUINGEO.
R.M/j.t



Mail: gadparroquiaquingeo@gmail.com



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Checa, 07 de agosto del 2014.

Oficio No. 114-GPCH-2014

Señoritas
Karina Quezada
Verónica Ortiz

EGRESADAS FACULTAD FILOSOFÍA UNIVERSIDAD DE CUENCA
Su despacho.

De mis consideraciones.

Reciban un cordial saludo de parte del Gobierno Parroquial de Checa, en respuesta al oficio enviado con fecha agosto del 2014, suscrito por ustedes, en el que nos dan a conocer la propuesta del Proyecto "Creación de una revista dirigida a las parroquias rurales del Cantón Cuenca 2014", debo manifestarle mi apoyo para la realización para este trabajo de tesis.

Sin otro particular, suscribo de usted.

Atentamente,


Ing. Manuel Alvarado
PRESIDENTE GAD CHECA.

cc. Archivo.





UNIVERSIDAD DE CUENCA



Cumbe 31 de Julio de 2014
OFICIO N° 0043GPC.P-14


Señoritas.
Karina Quezada; Verónica Ortiz.
EGRESADAS DE LA FACULTAD DE FILOSOFIA DE UNIVERSIDAD DE CUENCA
Ciudad.

De mi consideración:

En atención al oficio suscrito por ustedes en el cual manifiestan interés por incluir a nuestra parroquia dentro del proyecto de la revista informativa de las Parroquia Rurales como ejercicio académico, a lo cual pongo a consideración de ustedes nuestro apoyo del GAD Parroquial con la información necesaria y coordinación para el mencionado proyecto.

Sin otro particular.

Atentamente,


Jinsop Zhingri Mejia
PRESIDENTE DEL GOBIERNO PARROQUIAL DE CUMBE



Dirección: Centro Parroquial Telefax:072320008/092336883 Email: juntap.cumbe@hotmail.com/ tucson40@hotmail.com



UNIVERSIDAD DE CUENCA



GOBIERNO PARROQUIAL
DE MOLLETURO

ADMINISTRACION 2014 – 2019 TELEFONO: 07454070-0989411521

Pagina web: www.gadparroquialmolleturo.gob.ec

mail: juntamolleturo@gmail.com

Oficio – N°. 0155- 2014 GADPM – SG
Molleturo, Julio 24 del 2014

Señorita
Karina Quezada; Verónica Ortiz
**EGRESADAS DE LA UNIVERSIDAD DE FILOSOFIA
DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA**
Presente.

De mi consideración.

Reciba un cordial y atento saludo de quien al pie se suscribe, en atención al oficio ingresado en secretaria de esta institución en el mes de mayo del presente año del cual nos dan a conocer la propuesta del proyecto "Creación de una revista dirigida a las Parroquias Rurales del Cantón Cuenca", por esta razón manifiesto mi apoyo para la realización de este trabajo de tesis, motivo del cual es una Parroquia de abundante cultura y tradiciones las cuales se deberían resaltar las festividades y su turismo, además de que no tiene ningún costo alguno.

Particular que le informo para fines pertinentes.

Atentamente,

Sarustino Gutama

PRESIDENTE DEL GAD MOLLETURO



Registro oficial N° 303 del 19 de octubre de 2010 – Ruc: 0160027390001



UNIVERSIDAD DE CUENCA



Oficio 0059-GADPRB-2014
Baños, 20 de marzo de 2014

Señoritas
Karina Quezada; Verónica Ortiz
EGRESADAS DE LA FACULTAD DE FILOSOFIA DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA
Su despacho

De mis consideraciones:

Reciba un cordial saludo de parte de parte del Gobierno Parroquial de Baños, en atención al oficio enviado con fecha marzo de 2014, suscrito por las Srtas. Karina Quezada y Verónica Ortiz, en el que nos dan a conocer la propuesta del proyecto "Creación de una revista dirigida a las parroquias rurales del cantón Cuenca, 2014", por este motivo manifiesto mi apoyo para la realización de este trabajo de tesis y por tratarse de una parroquia turística se debería resaltar las festividades, cultura y tradición de misma.

Sin otro particular, suscribo.

Atentamente,


Prof. David Gutiérrez
PRESIDENTE GADPRB



C.C: Archivo

Telf: 2893566 – 2893119
www.parroquiabanos.gob.ec



UNIVERSIDAD DE CUENCA



Of. 132_GADPEV_2014

Cuenca, 20 de mayo de 2014

SEÑORITA

KARINA QUEZADA G.

LAURA ORTIZ S.

ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA, FACULTAD DE FILOSOFIA.

Ciudad

De mis consideraciones,

Reciban un cordial saludo del Eco. Gabriel Paute Peña, Presidente del GAD Parroquial de El Valle, la presente tiene por objeto comunicarles que una vez revisado el "Proyecto para la creación de una revista dirigida a las parroquias rurales del Cantón Cuenca, 2014", esta institución autoriza que su proyecto sea realizado dentro de nuestra institución con temas relevantes en lo que corresponde al **ECOPARQUE** de nuestra parroquia, para lo cual se facilitará la información pertinente para la elaboración de mencionado proyecto.

Esperando que la respuesta entregada sea de su completo agrado, suscribo.


Atentamente:

Eco. Gabriel Paute P.

PRESIDENTE GAD PARROQUIAL DE EL VALLE

Cpa. Raquel Bermeo A.

SECRETARIA-TESORERA

 JUNTA PARROQUIAL
DE EL VALLE
Cuenca - Ecuador

Dirección: Vía a San Judas Tadeo S/N y Vía a San Pedro *Telf.: 2481249
www.elvalle.gov.ec E-mail: juntavalle@yahoo.com. facebook: junta parroquial el valle * Cuenca - Ecuador*



UNIVERSIDAD DE CUENCA



GOBIERNO PARROQUIAL DE SAYAUSÍ

Oficio N° 176 GPS-2014

Sayausí, 21 de julio de 2014

Señorita
Karina Quezada; Verónica Ortiz
EGRESADAS DE LA UNIVERSIDAD DE FILOSOFÍA DE LA UNIVERSIDAD DE
CUENCA
Presente

De mi consideración

Reciban un cordial saludo de quien al pie suscribe, en atención al oficio ingresado en esta dependencia en el mes de junio, suscritos por las señoritas Karina Quezada y Verónica Ortiz, en donde nos dan a conocer la propuesta del proyecto "Creación de una revista dirigida a las parroquias rurales del cantón Cuenca, 2014", por este motivo manifiesto mi apoyo para la realización de este trabajo de tesis y por otra tratarse de una parroquia turística se debería resaltar las festividades, cultura y tradiciones de la misma, además que no tiene costo alguno.

Con sentimiento de consideración y estima.

Atentamente



Lcda. Fanny Pacho

VOCAL DE LA COMISIÓN DE SOCIALES DEL GAD PARROQUIAL DE SAYAUSÍ
FP/fp

Telefax: 237 0278

Dirección: Parroquia Sayausí - Centro Parroquial

www.gobiernoparroquialsayausi.gob.ec

Avancemos Juntos ...



UNIVERSIDAD DE CUENCA



Forjando un mejor vivir
Administración 2009-2014

Oficio No. 083-GOPC-2014
Octavio Cordero, 7 de agosto de 2014.

señoritas:

Karina Quezada; Verónica Ortiz

EGRESADAS DE LA FACULTAD DE FILOSOFÍA DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

Presente:

De mis consideraciones:

El Gobierno Autónomo Descentralizado de Octavio Cordero Palacios, aprovechando la oportunidad para desearles éxitos en sus labores. A la vez manifiesta.

En respuesta al oficio emitido con fecha Mayo de 2014, la misma que hace referencia a " Proyecto para la creación de una revista dirigida a las parroquias rurales del Cantón Cuenca" manifiesto mi apoyo para la realización de este trabajo ya que nos servirá también para poder llegar de una manera directa a la población para evaluar la realidad de la misma, siendo nuestro mayor anhelo que los temas de mayor relevancia son temas socioculturales y de desarrollo económico.

Sin otro particular con sentimientos de consideración y estima, me suscribo.

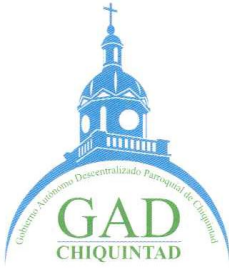
Atentamente:

Ing. Flor Chiqui Chiqui.

PRESIDENTA DEL GAD PARROQUIA DE OCTAVIO CORDERO PALACIOS.



UNIVERSIDAD DE CUENCA



Chiquintad, julio 22 del 2014

Señoritas
Karina Quezada; Verónica Ortiz
EGRESADAS UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFIA
Cuenca.

De mi consideración:

Reciban un cordial y afectuoso saludo, en atención al oficio recibido en esta oficina de fecha mayo del 2014, el Gobierno Parroquial de Chiquintad manifiesta que brindará el apoyo necesario para el proyecto "Creación de una revista dirigida a las parroquias rurales de cantón Cuenca" puesto que de esta manera se pondrá en conocimiento público la cultura, tradiciones, lugares turísticos, gastronomía entre otros aspectos que resaltan la belleza de esta parroquia.

Con sentimientos de consideración y estima, me suscribo.

Atentamente;



Ab. Manuel Quito Zhagui

PRESIDENTE DEL GAD PARROQUIAL DE CHIQUINTAD

Dirección: **Chiquintad Centro Parroquial**
Telf.: **07 417 90 34**

E-mail: **jpchiquintad@yahoo.com**
www.chiquintad.gob.ec



UNIVERSIDAD DE CUENCA



Señoritas

Karina Quezada; Verónica Ortiz

EGRESADAS DE LA FACULTAD DE FILOSOFIA DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuenca.

De mi consideración:

Reciban un cordial y afectuoso saludo, en atención al oficio recibido en esta oficina de fecha Junio del 2014, el Gobierno Parroquial de Nulti manifiesta que brindará el apoyo necesario para el proyecto **“Creación de una revista dirigida a las parroquias rurales del cantón Cuenca”** puesto que de esta manera se pondrá en conocimiento público la cultura, las tradiciones, lugares turísticos, gastronomía entre otros aspectos que resalten la belleza de esta parroquia.

Con sentimientos de consideración y estima, me suscribo.

Atentamente;

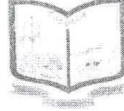
Arq. Damián Padilla Luzuriaga

PRESIDENTE DEL GAD PARROQUIAL DE NULTI





UNIVERSIDAD DE CUENCA



GAD PARROQUIAL DE CHAUCHA

OFICIO N°GPCH-0041-2014
Chaucha, 30 de julio de 2014

Señoritas
Karina Quezada-Laura Ortiz
ESTUDIANTES DE LA ESC. COMUNICACIÓN SOCIAL.
Su Despacho

De mi consideración:

Sonia Ruilova, presidenta del GAD Parroquial de Chaucha les envía un cordial y atento saludo.

Me dirijo a ustedes para manifestarles que mi respuesta es positiva con relación a su proyecto de implementación de una revista en las parroquias, destacando aspectos como social, cultural y deportivo, turístico y económico.

Por la atención que se dignen dar a la presente, expreso mi agradecimiento

Atentamente

SONIA RUILOVA

PRESIDENTA DEL GAD CHAUCHA.

Dirección: San Gabriel de Chaucha – Parroquia Chaucha. Telf: 2454014 - 0994298482
E-mail: soniaruilova@yahoo.com, jp.chaucha@hotmail.com



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Anexo 2

OFICIOS DE RESPUESTA DE LOS GADS PARROQUIALES QUE NO PARTICIPARON



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Señoritas

Karina Quezada; Verónica Ortiz

EGRESADAS DE LA FACULTAD DE FILOSOFIA DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA.

Cuenca.

De mi consideración:

Reciban un cordial y afectuoso saludo, en atención al oficio recibido en esta oficina de fecha Julio del 2014, el Gobierno Parroquial de Paccha manifiesta que por el momento no desean participar en el proyecto **“Creación de una revista dirigida a las parroquias rurales del cantón Cuenca”** puesto que por el momento tenemos proyectos en desarrollo, pero nos comprometemos a participar en la segunda edición de la misma.

Con sentimientos de consideración y estima, me suscribo.

Atentamente;

PRESIDENTE / DELEGADO DEL GAD PARROQUIAL DE PACCHA

Aviso 2



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Señoritas

Karina Quezada; Verónica Ortiz

EGRESADAS DE LA FACULTAD DE FILOSOFIA DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA.

Cuenca.

De mi consideración:

Reciban un cordial y afectuoso saludo, en atención al oficio recibido en esta oficina de fecha Julio del 2014, el Gobierno Parroquial de Santa Ana manifiesta que por el momento no desean participar en el proyecto **“Creación de una revista dirigida a las parroquias rurales del cantón Cuenca”** puesto que por el momento tenemos proyectos en desarrollo, pero nos comprometemos a participar en la segunda edición de la misma.

Con sentimientos de consideración y estima, me suscribo.

Atentamente;

PRESIDENTE / DELEGADO DEL GAD PARROQUIAL DE SANTA ANA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Señoritas

Karina Quezada; Verónica Ortiz

EGRESADAS DE LA FACULTAD DE FILOSOFIA DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA.

Cuenca.

De mi consideración:

Reciban un cordial y afectuoso saludo, en atención al oficio recibido en esta oficina de fecha Julio del 2014, el Gobierno Parroquial de Llaoco manifiesta que por el momento no desean participar en el proyecto **“Creación de una revista dirigida a las parroquias rurales del cantón Cuenca”** puesto que por el momento tenemos proyectos en desarrollo, pero nos comprometemos a participar en la segunda edición de la misma.

Con sentimientos de consideración y estima, me suscribo.

Atentamente;

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Mariana de Jesús Andrade Bravo'.

Sra. Mariana de Jesús Andrade Bravo.

DELEGADO DEL GAD PARROQUIAL DE LLACAO



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Señoritas

Karina Quezada; Verónica Ortiz

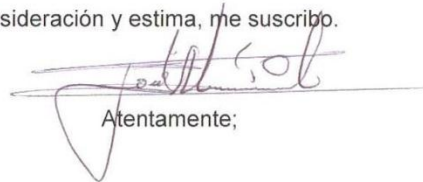
EGRESADAS DE LA FACULTAD DE FILOSOFIA DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA.

Cuenca.

De mi consideración:

Reciban un cordial y afectuoso saludo, en atención al oficio recibido en esta oficina de fecha Julio del 2014, el Gobierno Parroquial de Sinincay manifiesta que por el momento no desean participar en el proyecto **“Creación de una revista dirigida a las parroquias rurales del cantón Cuenca”** puesto que por el momento tenemos proyectos en desarrollo, pero nos comprometemos a participar en la segunda edición de la misma.

Con sentimientos de consideración y estima, me suscribo.



Atentamente;

PRESIDENTE / DELEGADO DEL GAD PARROQUIAL DE SININCAY



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Anexo 3

MODELO DE ENCUESTA PARA LOS PRESIDENTES DE LOS GADS PARROQUIALES RURALES

Universidad de Cuenca

Diseño de Proyecto previo a la obtención del título de Licenciadas en Comunicación Social con mención en Periodismo

La Comunicación es una actividad social fundamental para el desarrollo humano, es por ello que la administración responsable de los distintos medios es una necesidad para el bienestar social en tanto se procuren estrategias comunicativas acordes a las necesidades de la población. Es por ello que resulta trascendente identificar las necesidades comunicacionales de las parroquias rurales del Cantón Cuenca, para ello se diseñó la siguiente guía de entrevista a fin de recabar la información necesaria para el desarrollo de la tesis titulada: “Proyecto para la Creación de una revista dirigida a las parroquias rurales del cantón Cuenca”.

Agradecemos su participación y le solicitamos responder a las siguientes preguntas, recuerde que no existen respuestas incorrectas, sus opiniones se mantendrán en absoluta reserva y serán de gran ayuda para el trabajo final.

Entrevistado: _____	Institución: _____
Cargo: _____	E-mail: _____
Teléfono: _____	Fecha: _____

1. ¿CÚALES SON LOS PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN QUE TIENEN LAS PARROQUIAS RURALES DEL CANTÓN CUENCA?

.....

.....

.....

2. ¿QUÉ ACCIONES REALIZA USTED COMO REPRESENTANTE DEL GAD PARROQUIAL PARA MEJORAR LA COMUNICACION EN SU PARROQUIA?

.....

.....

.....

.....



3. PARA SOLUCIONAR LOS PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN ¿QUE ACCIONES TOMA USTED?

Programas actuales

Proyectos futuros

Inversión

.....
.....

4. ¿CREÉ USTED QUE SEA ADECUADO EL DISEÑO DE UNA REVISTA DIRIGIDA A LAS PARROQUIAS RURALES?

- Características que debería tener (Formato, contenidos)
- A quién debería orientarse
- Lugares de circulación

.....
.....

Gracias por su colaboración



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FOTOGRAFÍAS DE LA ENCUESTA REALIZADA A LOS PRESIDENTES DE LOS GAD PARROQUIALES RURALES



Ing. Flor Chiqui – Presidenta Gad Parroquial Octavio Cordero



Ing. Manuel Alvarado – Presidente Gad Parroquial Checa



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Anexo 4

MODELO DE LA ENCUESTA GENERAL



Trabajo previo a la obtención del título de Licenciadas en Comunicación Social con mención en Periodismo

La presente encuesta se presenta como parte del trabajo final previo a la obtención del título de Licenciadas en Comunicación Social con mención en Periodismo, con el fin de identificar las necesidades de información de las parroquias rurales del cantón Cuenca y obtener datos significativos para direccionar un nuevo medio de comunicación (Revista parroquial) que satisfaga a dichas poblaciones. Es por ello que solicitamos su valiosa colaboración para responder a las siguientes preguntas, recuerde que no existen respuestas incorrectas, sus opiniones se mantendrán en absoluta reserva y serán de gran ayuda para el trabajo final.

Fecha: _____

Parroquia: _____

Edad: _____

Género: _____

¿QUÉ MEDIO DE COMUNICACIÓN USTED ELIGE AL MOMENTO DE INFORMARCE DEL ACONTECER DE LA PARROQUIA Y EN LA CIUDAD?

Radio	<input type="checkbox"/>
Televisión	<input type="checkbox"/>
Periódico	<input type="checkbox"/>
Revistas	<input type="checkbox"/>
Reuniones en la parroquia	<input type="checkbox"/>
Otros (Especifique)	_____
Otros (Especifique)	_____
Otros (Especifique)	_____

¿QUE INFORMACIÓN USTED PREFERE?

(Respuesta Múltiple)

Noticias Internacionales	<input type="checkbox"/>
Noticias Nacionales y Locales	<input type="checkbox"/>
Deportes	<input type="checkbox"/>
Salud	<input type="checkbox"/>
Farándula	<input type="checkbox"/>
Ciencia y Tecnología	<input type="checkbox"/>
Otros (Especifique)	_____
Otros (Especifique)	_____
Otros (Especifique)	_____

¿QUE CLASES DE REVISTAS CONOCE USTED? indique el nombre

Nombre de la Revista

Deportes	<input type="checkbox"/>	_____
Farándula	<input type="checkbox"/>	_____
Reportajes, entrevistas	<input type="checkbox"/>	_____
Científicas	<input type="checkbox"/>	_____



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Otros (Especifique)	<input type="checkbox"/>	
Otros (Especifique)	<input type="checkbox"/>	
Otros (Especifique)	<input type="checkbox"/>	

¿QUE TEMAS PREFIERE USTED PARA LA REVISTA PARROQUIAL?

Deportes	<input type="checkbox"/>	
Farándula	<input type="checkbox"/>	
Reportajes, entrevistas	<input type="checkbox"/>	
Tecnología	<input type="checkbox"/>	
Problemática de la parroquia	<input type="checkbox"/>	
Turismo del sector	<input type="checkbox"/>	
Gastronomía	<input type="checkbox"/>	
Educación	<input type="checkbox"/>	
Hogar	<input type="checkbox"/>	
Sexualidad	<input type="checkbox"/>	
Otros (Especifique)	<input type="checkbox"/>	
Otros (Especifique)	<input type="checkbox"/>	
Otros (Especifique)	<input type="checkbox"/>	

¿EN QUE LUGAR CONSIDERA ADECUADO PARA LA ENTREGA DE LA REVISTA?

Puestos de periódico	<input type="checkbox"/>	
Tiendas de la parroquia	<input type="checkbox"/>	
Junta Parroquial	<input type="checkbox"/>	
Farmacia del sector	<input type="checkbox"/>	
Gasolineras aledañas	<input type="checkbox"/>	
Otros (Especifique)	<input type="checkbox"/>	
Otros (Especifique)	<input type="checkbox"/>	

¿SI HUBIERA UNA REVISTA QUE MENCIONE TEMAS DE SU PARROQUIA, USTED ACCEDERÍA A ELLA?

Si	<input type="checkbox"/>	
No (¿Por qué?)	<input type="checkbox"/>	

Gracias por su colaboración



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Diseño de Solicitud para la Publicidad

Ing.

Daniel García Pineda

Presidente del Consorcio de Juntas Parroquiales Rurales del cantón Cuenca

Ciudad

De nuestras consideraciones

La presente tiene por objeto informar a usted que como parte de nuestro trabajo de tesis, estamos produciendo la revista “La Vasija” de los GAD Parroquiales Rurales de Cuenca, en la misma constarán diferentes temas y actividades del devenir y el que hacer da cada parroquia. La cantidad de revistas que se producirán son 500 y que serán repartidas en las diferentes parroquias.

Por ello solicitamos su colaboración, la misma que dará todo el realce y la importancia como auspiciante de la revista.

Contando con el apoyo, suscribimos de usted,

Srta. Verónica Ortiz

Srta. Karina Quezada



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FOTOGRAFÍAS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LAS PARROQUIAS RURALES





UNIVERSIDAD DE CUENCA

Anexo 5

DISEÑO DE OFICIO PARA LAS REUNIONES

Cuenca, Octubre de 2014

Estimados

Presidentes de Juntas Parroquiales

Reciban un cordial saludo:

Por medio del presente nos comunicamos con ustedes para darles a conocer que el viernes 17 de Octubre del presente año a partir de las 9h30 am en el Consorcio de Gobiernos parroquiales, se realizara una reunión con las parroquias participantes del **“Proyecto para la creación de una revista dirigida a las parroquias rurales del Cantón Cuenca”**, los puntos a tratarse en esta reunión será:

1. Presentación y saludo por parte de las promotoras del proyecto
2. Presentación de los representantes o delegados de cada parroquia
3. Elección para definir el nombre de la revista
4. Sorteo para coordinar la secuencia de cada parroquia que ira en la revista
5. Dar a conocer sobre la capacitación que tendrá cada miembro participante de la parroquia
6. Asuntos varios
7. Despedida

Por su atención quedamos agradecidas y dejamos abierto un canal de comunicación para solventar cualquier inquietud respecto al tema.

Att;

Karina Quezada Galarza

Verónica Ortiz Salamea

PROMOTORAS DEL PROYECTO



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Anexo 6. Acta de constitución de la revista “La Vasija”

ACTA DE CONSTITUCION DE LA REVISTA “LA VASIJA”, COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN DE LAS PARROQUIAS RURALES DEL CANTON CUENCA

A los 17 días del mes de Octubre comparecen en forma libre y voluntaria para firmar el acta de constitución de la revista “La Vasija” como medio de comunicación de las parroquias rurales del Cantón Cuenca, por una parte los presidentes de cada Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) parroquial y por otra las ejecutoras del proyecto, quedando establecida las funciones, derechos y obligaciones de los participantes de la creación de la revista.

Para constancia de lo manifestado anteriormente comparecen las partes involucradas.

Dado en Cuenca, el 17 de Octubre de 2014

Ing. Daniel García.
Presidente / Delegado GADP Ricaurte.

Sr. Jinsop Zhingri Mejia.
Presidente/Delegado GADP Cumbe

Sr. Salustino Gutama
Presidente/Delegado GADP Molleturo

Lcdo. Martin Lucero.
Presidente/Delegado GADP Sayausí.

Ing. Flor Chiqui Chiqui.
Presidenta/Delegado GADP Octavio Cordero Palacios

Prof. David Gutiérrez.
Presidente/Delegado GADP Baños.

Eco. Gabriel Paute P.
Presidente/Delegado GADP Valle.

Sr. Rodrigo Morales Gómez
Presidente/Delegado GADP Quingeo.

Ab. Manuel Quito Zhagui
Presidente/Delegado GADP Chiquintad

Ing. Manuel Alvarado
Presidente/Delegado GAD Checa.

Anexo 6



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Srta. Sonia Ruilova.
Presidenta/Delegado GAD Chaucha

Arq. Damián Padilla Luzuriaga.
Presidente/Delegado GAD Nulti

Ing. Paúl Pañi.
Presidente/Delegado GAD Turi.

Sr. Patricio Novillo
Presidente/Delegado GAD V. Portete.

Karina Quezada



UNIVERSIDAD DE CUENCA

LISTADO DE ASISTENCIA PARA LA SELECCIÓN DEL EQUIPO ENCARGADO DE ADMINISTRAR LA REVISTA DIRIGIDA A LAS PARROQUIAS RURALES DEL CANTÓN CUENCA.

<u>Pierita Guadalupe</u>	<u>[Signature]</u>
C.I.: <u>0105882112</u>	C.I.: <u>0102119181</u>
<u>Hansel Alvarado</u>	<u>[Signature]</u>
C.I.: <u>0109753215</u>	C.I.: <u>091207017-3</u>
<u>David Gotierrez e</u>	<u>[Signature]</u>
C.I.: <u>010189857-5</u>	C.I.: <u>010544497-9</u>
<u>DAMIAN PAOLA</u>	<u>[Signature]</u>
C.I.: <u>010212205-8</u>	C.I.: <u>010357713-9</u>
<u>Daniel Garcia</u>	<u>[Signature]</u>
C.I.: <u>010280548-8</u>	C.I.: <u>010329812-1</u>
<u>Sandra Pulloa</u>	<u>[Signature]</u>
C.I.: <u>010506846-6</u>	C.I.: <u>0103283560</u>
<u>[Signature]</u>	
C.I.: <u>Pasc Pavi GAO Turi</u>	C.I.: _____
<u>010330964-7</u>	



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Anexo 7. Durante el Taller de capacitación con los participantes





Cronograma para el taller de capacitación

Sábado 17 de Octubre

Hora	Tema	Actividades	Recursos Materiales	Responsable
9:00 am	Conocer a los participantes de las parroquias y explicar sobre la metodología de trabajo.	<ul style="list-style-type: none">• <u>Bienvenida a los participantes</u>• <u>Presentación de los participantes</u>• <u>Dar a conocer los temas que serán tratados durante la capacitación.</u>	Computadora Esferos Papelografos Hojas	Ejecutoras del Proyecto
9:20	Géneros periodísticos	Definición Las clases de géneros periodísticos	Video Fichas con el contenido a tratar	Karina Q.
10:30	Refrigerio			
10:50	<ul style="list-style-type: none">• <u>La Revista</u>	<ul style="list-style-type: none">• <u>Definición</u>• <u>Tipos de revistas</u>• <u>Pasos para elaborar una revista</u>	Video Fichas con el contenido a tratar	Verónica O.
11:50	<ul style="list-style-type: none">• <u>La Fotografía</u>	<ul style="list-style-type: none">• <u>Definición</u>• <u>Tipos de Planos</u>	Video y fichas con el contenido a tratar	Ejecutoras del Proyecto
13:00	Almuerzo			
14:30	Diagramación de una revista	Formas para diseñar una revista	Revistas Video	Ejecutoras del proyecto
15:30 - 15:40	Evaluación Despedida	Un test sobre la capacitación, si cumplió con las expectativas de los participantes	Hojas Esferos	Ejecutoras del proyecto



Anexo 8

Diseño de la Evaluación del taller de Capacitación

Evaluación del Taller de Capacitación

¿Cómo evalúa usted la capacitación?

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

¿Qué fue lo que más le sirvió a usted? Dentro de los temas: Géneros Periodísticos, la revista y la Fotografía?

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

¿Cree usted que está preparado para redactar su propia revista?

Si.....

No.....

Porqué:

.....



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fotografías de la recolección de la Información en las Parroquias



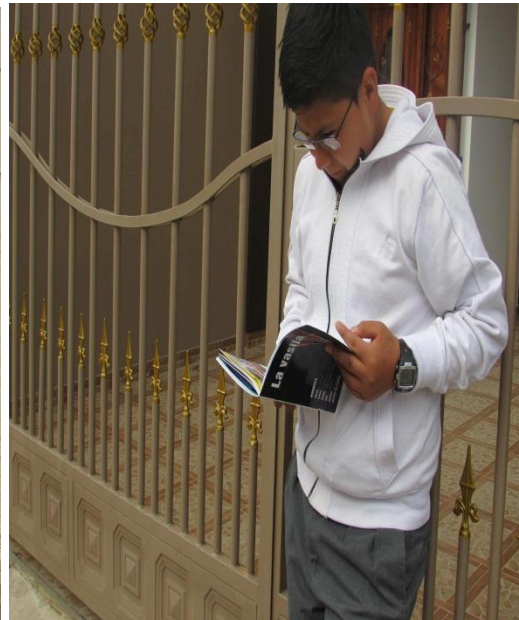


UNIVERSIDAD DE CUENCA

Entrega de la revista La Vasija



Ing. Daniel García presidente del Consorcio de Juntas Parroquiales junto a las ejecutoras del proyecto de la revista La Vasija.



Ciudadanía Informándose con Revista La Vasija



UNIVERSIDAD DE CUENCA



Revista La Vasija puesta en circulación



UNIVERSIDAD DE CUENCA

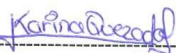
Anexo 9 Acta de conformidad de la publicación de la revista


ACTA DE CONFORMIDAD DE LA PUBLICACIÓN DE LA REVISTA DIRIGIDA A LAS PARROQUIAS RURALES DEL CANTÓN CUENCA.

A los 20 días del mes de Diciembre del 2014, se reúnen para firmar el acta de conformidad en lo que respecta a la publicación de la revista dirigida a las parroquias rurales del cantón cuenca, por una parte el Presidente del Consorcio de las Juntas Parroquiales, y por otra parte, las autoras del proyecto que definirán las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del proyecto a implementarse.

Para constancia y dar fe de la presente acta, firman libre y voluntariamente, las partes en cuestión, y de esta forma manifiestan la aceptación de los contenidos, estructura, publicidad, etc., que estará dentro de la misma.

Dado en Cuenca el 20 de Diciembre del 2014.


Srta. Karina Quezada G.


Ing. Daniel García.
Presidente Consorcio Juntas
Parroquiales Rurales.


Srta. Verónica Ortiz.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Anexo 10

Información Digital de la Revista La Vasija.

Se encuentra ubicado en la contratapa final de la Tesis (CD)