



Abstract.

The newspaper of provincial circulation that are going to be studied are: La Randimpa and La Frontera, printed in Spanish, in which there can be mainly found provincial, national and world fact news.

It is described, in the first chapter, the historical and social context of Morona Santiago, Shuar population, the description of the four southern towns and some customs and approaching to their people, as same as a brief direction of the social environment. Taking into account some directions of communicators, sociologist, investigators, journalists; the second part goes to the morphology of the printed media, a brief analysis of contents, the strategies of the bottom and the surface in the study of the editorial page, as same as the origin of information. In the third chapter, helped by surveys, interviews, pictures, graphics... the point of view of the population toward the presence of the written media is looked for; its agreement or disagreement, the way in which contributes to the regional development, its direction, contents, the feasibility and the necessity of creating a regional informative medium. In the fourth chapter a project is presented to the implantation of the regional informative with the presence of the four southern province towns. For establishing, in a fifth and last chapter, the respective conclusions and recommendations about the subject, that look for the orientation to a better communication in the province.



ÍNDICE

Abstract.....	1
Introducción.....	6
1.- MORONA SANTIAGO, CONTEXTO HISTÓRICO Y SOCIAL.....	8
1. 2.- Población.....	9
1.3.- Organización Administrativa.....	10
1.4.- NACIONALIDAD SHUAR DE MORONA SANTIAGO.....	11
1.5.- Descripción de los cantones:.....	13
1.5.1.- Santiago de Méndez:.....	13
1.5.2.- Limón Indanza.....	14
1.5.3.- San Juan Bosco.....	15
1.5.4.- Gualaquiza.....	16
2.- LOS MEDIOS ESCRITOS Y SU AVANCE EN MORONA SANTIAGO.....	18
2.1.- Influencia social y cultural de los medios escritos.....	21
2.2.- IDENTIFICACIÓN Y MORFOLOGÍA DE LOS MEDIOS IMPRESOS CON INCIDENCIA AL SUR DE MORONA SANTIAGO.....	23
2.2.1.- Semanario “La Randimpa”. Opción Informativa Amazónica.....	26
2.2.1.1.- Relación publicidad – información - Entretenimiento.....	27
2.2.2.- Quincenal “La Frontera”. Primera Revista Informativa de la Región Amazónica.....	28
2.2.2.1.- Relación publicidad – información - Entretenimiento.....	29
2.3.- Presencia de Medios Escritos en los Cantones del Sur de la Provincia. ...	29
2.3.1.- Cantón Santiago de Méndez.....	30
2.3.2.- Cantón Limón Indanza.....	30
2.3.3.- Cantón San Juan Bosco.....	31
2.3.4.- Cantón Gualaquiza.....	31



2.4.- Medios nacionales en el Sur de Morona Santiago.....	32
2.5.- Medios Escritos. Desarrollo local y regional.....	33
2.6.- Estudio especial de la página editorial.....	35
3.- Descripción Metodológica.....	56
3.1.- Marco Espacial y Temporal	61
3.1.1.- Justificación y Muestreo	61
3.1.2 Comprobación de Hipótesis.....	70
3.1.2.1.- Categorías usadas para la comprobación de la primera hipótesis: ..	70
3.1.2.2.-Extensión:.....	70
ANÁLISIS DE CONTENIDO LOS MEDIOS.....	71
EDICIÓN	71
Informativo.....	71
Opinión	71
Porcentaje.....	71
ANÁLISIS DE CONTENIDO LOS MEDIOS.....	72
EDICIÓN	72
Informativo.....	72
Opinión	72
Porcentaje.....	72
3.1.2.3.- Número de noticias:.....	72
3.1.2.4.- Ubicación del artículo dentro de la página:.....	73
3.1.2.5.- Género:.....	75
3.1.3.- Categorías usadas para la comprobación de la segunda hipótesis:....	76
3.1.4.- Categorías usadas para la comprobación de la tercera hipótesis:	78
4.-PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN.....	79



4.1.- Objetivo.	79
4.2.- Alcance.	80
4.3.- Desarrollo.	80
4.3.1.- Target.	80
4.3.2.- Proceso publicitario.	80
4.3.4.- Logotipo.	81
4.3.3.- Diagramación.	81
4.3.5.- Puesta en escena.	82
4.3.6.- Planificación de periodos.	82
4.3.7.- Evaluación.	83
4.3.7.1.- Evaluación del proceso de recolección de información.	83
4.3.7.2.- Evaluación de la estrategia publicitaria.	83
4.3.7.3.- Evaluación de la diagramación.	83
4.3.7.4.- Evaluación de los contenidos y su ubicación en el periódico.	83
4.3.7.5.- Talleres de actualización.	83
4.4.- Aspectos generales:	84
5.- Conclusiones y Recomendaciones.	86
5.1.- Conclusiones.	86
5.2.- Recomendaciones.	89
Bibliografía.	90
ANEXOS:	92



UNIVERSIDAD DE CUENCA
“IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITOS EN EL DESARROLLO
DE LOS CANTONES DEL SUR DE LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO
(LIMÓN INDANZA, SANTIAGO DE MÉNDEZ, SAN JUAN BOSCO Y GUALAQUIZA)”



UNIVERSIDAD DE CUENCA

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS
DE LA EDUCACIÓN**

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**“IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITOS EN EL
DESARROLLO DE LOS CANTONES DEL SUR DE LA PROVINCIA DE
MORONA SANTIAGO. (LIMÓN INDANZA, SANTIAGO DE MENDEZ, SAN JUAN
BOSCO Y GUALAQUIZA)”**

**Tesis previa a la obtención
del título de Licenciado en
Comunicación Social – Mención Periodismo.**

AUTOR: BYRON TORRES

PROFESOR ASESOR: MST. DIEGO SAMANIEGO DUMAS.

**JULIO - 2010
CUENCA – ECUADOR**



Introducción:

El periodismo escrito, o periódico como se prefiera llamarle, es una pequeña pila de papel impresa, que todas las mañanas nos llega a la calle o a la casa, con la salida del sol, nos muestra cómo se mueve el mundo; a la vez que nos movemos con éste, a veces sin percatarnos siquiera de ello.

Los medios escritos como tal en Morona Santiago nacieron en el año 2002, y ahora están presentes en gran parte de la población provincial, plasmando en sus páginas con mayor incidencia en lo regional. Hoy es el medio de comunicación social que tiene menos acogida en la ciudadanía, en relación con las radios y canales de televisión, estos; por su inmediatez, facilidad de participación, son más apreciados en la provincia. Pero muchas veces se desconoce su orientación, forma y criterios para la selección de los mensajes; así demuestran la manera como **estos aportan al desarrollo**. Mediante esta investigación, se buscará analizar la **importancia de los medios de comunicación escritos en el desarrollo de los cantones del sur de la provincia de Morona Santiago. (Limón Indanza, Santiago de Méndez, San Juan Bosco y Gualaquiza)**, señalando mediante dos informativos provinciales en específico, su desenvolvimiento en la sociedad.

Los periódicos de circulación provincial a estudiar son: La Randimpa y La Frontera, impresos en español, en el cual se pueden encontrar principalmente noticias del ámbito provincial, nacional y mundial.

En el capítulo primero se describe el contexto histórico y social de Morona Santiago, población Shuar, descripción de los 4 cantones del sur y algunas costumbres y aproximación a su gente, como una breve orientación al entorno social. Tomando en cuenta algunas orientaciones de comunicadores, sociólogos, investigadores, periodistas, la segunda parte apunta la morfología de los medios impresos, un breve análisis de contenidos, las estrategias de fondo y



de superficie en el estudio de la página editorial, así como el origen de la información. En el capítulo 3, apoyados de encuestas, entrevistas, cuadros, gráficos... se busca recoger el parecer de la población sobre la presencia de los medios escritos, su aprobación o disentimiento, la forma en que contribuyen al desarrollo regional, su orientación, contenidos y la factibilidad y necesidad de crear un medio informativo regional. En el cuarto capítulo se presenta un proyecto para la implementación de informativo regional con presencia en los cuatro cantones del sur de la Provincia. Para en un quinto y definitivo capítulo establecer las respectivas conclusiones y recomendaciones sobre el tema, las mismas que buscan orientara a una mejor comunicación en la provincia.

1.- MORONA SANTIAGO, CONTEXTO HISTÓRICO Y SOCIAL.

“Morona Santiago, provincia de la amazonía ecuatoriana. Fue creada en 1953, cuando se desmembró de la provincia de Santiago Zamora. Tiene 25.690 km². Su capital es Macas. Se destaca que el 10 de noviembre de 1953, se publicó en el Registro Oficial No. 360 la creación de la provincia de Morona Santiago siendo los cuatro cantones primeros en su formación: Macas, **Santiago, Gualaquiza y Limón Indanza** (los tres últimos motivo de nuestra investigación)”¹.



“En esta provincia se conjugan y viven las nacionalidades Colonas (descendientes de familias que vivían al norte en Chimborazo y Tungurahua. Al sur de Azuay, Loja o Cañar)”². También las razas: Shuar, Achuar, cuya lengua es el Shuar Chicham. Existen recursos mineros en metales como oro, plata, cobre, plomo y hierro, incluyendo el petróleo, actualmente existe gran resistencia a la actividad minera (en donde no se permite la presencia de la empresa canadiense Corriente

¹ www.visitaecuador.com/amazonia

² www.turismo.moronasantiago.com.ec



Resources-ECSA, cuyos proyectos en sectores como Mirador y Pananza están suspendidos) especialmente en los cantones: Limón Indanza, San Juan Bosco y Gualaquiza, en donde se conoce de concesiones mineras, produciendo el descontento de grupos organizados y que han creado la Resistencia Minera con organizaciones como: Asociación Campesina de Limón Indanza (ACLI) y la Coordinadora Campesina Popular de Morona Santiago (CCPMS), sus líderes han sido perseguidos, pero al final han servido como ícono para la lucha y protección de otras zonas ante la explotación irracional de los recursos de nuestros pueblos.

1. 2.- Población.

“Los habitantes de esta provincia, son nativos y procedentes de diferentes provincias del país, fundamentalmente mestizos, dedicados a la producción agrícola y pecuaria, desarrollando y mejorando con el paso del tiempo labores artesanales, pequeña empresa e industria y la docencia en sus jurisdicciones. La presencia de los Misioneros Salesianos en la zona hoy Morona Santiago data de 1893, desde cuando los religiosos ingresaron a Gualaquiza. Existen extensos escritos sobre cómo se produjo la adquisición de nuestra cultura, costumbres, creencias”³. Resulta fácil interpretar nuestras formas de comportarnos en una sociedad, siendo los colonizadores y/o exploradores los que trajeron, hasta cierto punto sus imposiciones. Una historia que se transmite a través de los tiempos en Limón Indanza es: “que cuando los exploradores (personas en busca de trabajo y bienestar para su familia, dando las primeras muestras de migración interna) que venían a nuestras tierras provenientes de la sierra generalmente de Chordeleg, SigSig y Gualaceo, cruzando un recorrido que en ocasiones era de 2 días, al llegar en estas tierras que se formaba un valle por lo que lo denominaron “Llave del Oriente”, al estar cansados por este largo trayecto, se sentaban cerca de un árbol de Limón y al aprovechar las limpias aguas del río hoy llamado Cungumi hacían un delicioso refresco para mitigar su sed, luego se creó una costumbre decir

³ Historia política y administrativa de Limón Indanza 1950-1984, Gobierno Municipal de Limón Indanza, Dep. de Cultura, Dic. 2008



vamos al limón”⁴. Siendo esta narración verdad o ficción da cuenta de la historia y creación de nuestro pueblo, hoy convertido en una urbe con servicios y tecnología básica. Su gente dedicada en su gran parte a la ganadería con poca participación en la agricultura para actividades de exportación, satisfaciendo si el mercado local.

1.3.- Organización Administrativa.

Con la institucionalización de los gobiernos seccionales, (Municipios y Consejo Provincial) la actividad administrativa y la construcción de infraestructura social y de progreso de los gobiernos se han desarrollado en forma diferente y conforme a las leyes ecuatorianas. Se ha continuado y se está dando una visión de trabajo actualizado en las circunstancias del tiempo a las obras emprendidas por los pioneros, y hoy son otras las acciones y objetivos que son prioritarios por ser una época de crisis social y humana de preocupación colectiva a todo nivel, sean estas preocupaciones de orden ecológico - medio ambiental, humano, económico y social. Para entender mejor los orígenes de la gran preocupación de todas las instituciones y que debe ser del hombre de Morona Santiago y los amazónicos en general, es menester reconocer a esta provincia amazónica, como una zona de grandes cambios y movimientos humanos, culturales y económicos diversos; que hacen pensar que una acción de apoyo a todo nivel es urgente e imprescindible.

Muchas organizaciones están en este camino, para apoyar al trabajo que se pretende iniciar desde diferentes frentes en pos de mejorar y emprender un desarrollo conjunto; esto es: autoridades, organizaciones campesinas, medios de comunicación, entes públicos y privados, es importante que se tomen en cuenta los objetivos que se proponen para buscar un desarrollo sustentable en razón de los problemas, manifestaciones, causas y consecuencias encontradas en el estudio de la realidad jurisdiccional, para así; darse cuenta de todo cuanto tiene en potencialidades y problemas esta provincia. Instituciones como el Consejo

⁴ Historia política y administrativa de Limón Indanza 1950-1984.



Provincial, ECORAE, INNFA, IESS, El INEC, etc. son establecimientos que aportan para este desarrollo ansiado y pregonado por las autoridades electas. Se muestra en este cuadro la población dividida por sexo, las tasas de crecimiento y el índice de masculinidad, según los cantones, de acuerdo al censo realizado en el 2001.

Cuadro 1.

POBLACIÓN POR SEXO, TASAS DE CRECIMIENTO E ÍNDICE DE MASCULINIDAD, SEGÚN CANTONES. - Morona Santiago Censo 2001								
Cantones	POBLACIÓN						IM	Cantón/Prov.
	TOTAL	TCA %	HOMBRES %	%	MUJERES %	%	(H/M) 100	%
TOTAL PROVINCIA	115.412	2,9	57.425	49,8	57.987	50,2	99,00	100
MORONA	31.379	2,7	15.498	49,4	15.881	50,6	97,6	27,2
GUALAQUIZA	15.288	1,8	7.776	50,9	7.512	49,1	103,5	13,2
LIMÓN								
INDANZA	10.192	1,3	5.028	49,3	5.164	50,7	97,4	8,8
PALORA	6.317	1,2	3.205	50,7	3.112	49,3	103	5,5
SANTIAGO	9.841	1,4	5.132	52,1	4.709	47,9	109	8,5
SUCUA	14.412	1,2	7.006	48,6	7.406	51,4	94,6	12,5
HUAMBOYA								
**	5.965	5,8	2.983	50	2.982	50	100	5,2
SAN JUAN								
BOSCO **	3.131	-0,4	1.532	48,9	1.599	51,1	95,8	2,7
TAISHA **	13.078	11,2	6.345	48,5	6.733	51,5	94,2	11,3
LOGROÑO **	4.621	8,2	2.307	49,9	2.314	50,1	99,7	4
PABLO VI	1188	4,4	613	51,6	575	48,4	106,6	1

1.4.- NACIONALIDAD SHUAR DE MORONA SANTIAGO.



“Los habitantes Shuar son aproximadamente 35.000 y los Achuar unos 15.000. La subsistencia se basa principalmente en la horticultura itinerante de tubérculos, complementando con la caza (hoy por hoy no muy usada, debido al interés de protección ambiental y de animales. Se ha creado una conciencia de no destrucción de la flora y fauna en ciertos sectores shuar) y actividades ganaderas y artesanales. En la actualidad la mayoría del tradicional territorio de caza está siendo sustituido por pastizales para ganado, lo que ha traído como consecuencia el agotamiento progresivo del suelo y una menor disponibilidad de tierras, esto ha ocasionado la implantación de un patrón de asentamiento sedentario, el mismo que está produciendo cambios en su sistema socioeconómico. Tradicionalmente el asentamiento fue disperso, normalmente zonificado de acuerdo a las relaciones de parentesco”⁵.

Su patrón de asentamiento se integra a la estructura político administrativa de la Federación Shuar, y otras organizaciones como: FINAE, OSHE, FIPSE y CISAE.

“Se organizan por varias unidades llamadas “centros”, vinculados en torno a una zona comunal, que es la plaza donde funcionan servicios tales como; escuela, capilla centro de salud, campos de juego y lugar de reuniones sociales. Su territorio está delimitado por el número de familias que conforman y es reconocido por las autoridades”⁶.



MUJER SHUAR

En su vivienda se reconocen dos zonas restrictivas; el “ekent”, área familiar de las mujeres y niños pequeños y el “Tankamash”, área social, de los hijos varones y visitas.

⁵www.turismo.moronasantiago.gov.ec/index.php?nombre_modulo=listar_contenido

⁶www.turismo.moronasantiago.gov.ec/index.php?nombre_modulo



“La mitología Shuar está estrechamente vinculada a la naturaleza y a las leyes de universo, y se manifiesta en una amplia gama de seres superiores relacionados con fenómenos tales como la creación del mundo, la vida, la muerte, y las enfermedades. Los principales son: Shakaim de la fuerza y habilidad para el trabajo masculino. Tsunki, ser primordial del agua, trae la salud. Nunkui fertiliza la chacra. Arútam: fuente de todo bien y hace invencible al Shuar en la guerra.

1.5.- Descripción de los cantones:

Los cantones que serán motivo de estudio son los que se ubican al sur de la provincia. Empezando por Santiago de Méndez, seguido de Limón Indanza, lugar centro de la investigación, más al sur está el cantón San Juan Bosco y terminando las demarcaciones sureñas delimitando con la provincia de Zamora Chinchipe está Gualaquiza.

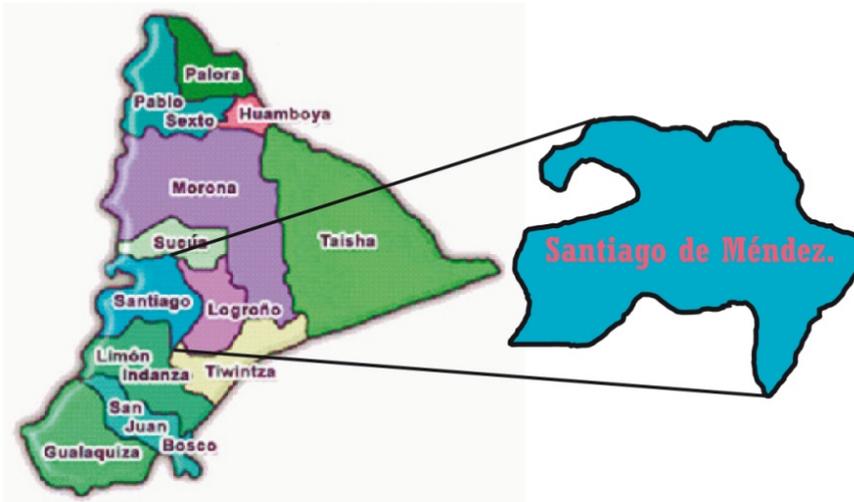
1.5.1.- Santiago de Méndez:

“El Cantón Santiago de Méndez se encuentra ubicado en el centro sur de la región Amazónica. Con 14.412 habitantes. Tiene una extensión aproximada de 1.551,45 km², la cabecera cantonal es Méndez y la conforman 6 parroquias rurales: Copal, Chupianza, San Luis del Acho, San Francisco de Chinimbimi, Patuca y Tayuza. Las vías de común acceso a la sierra son: Méndez-Guarumales-Paute. Méndez-Bella Unión-Limón-Plan de Milagro-Gualaceo-Cuenca”⁷.

⁷moronasantiago.gov.ec/index.php?nombre_modulo=listar_contenido&op=listar&pagina=1&opcion=98



MORONA SANTIAGO.



1.5.2.- Limón Indanza:

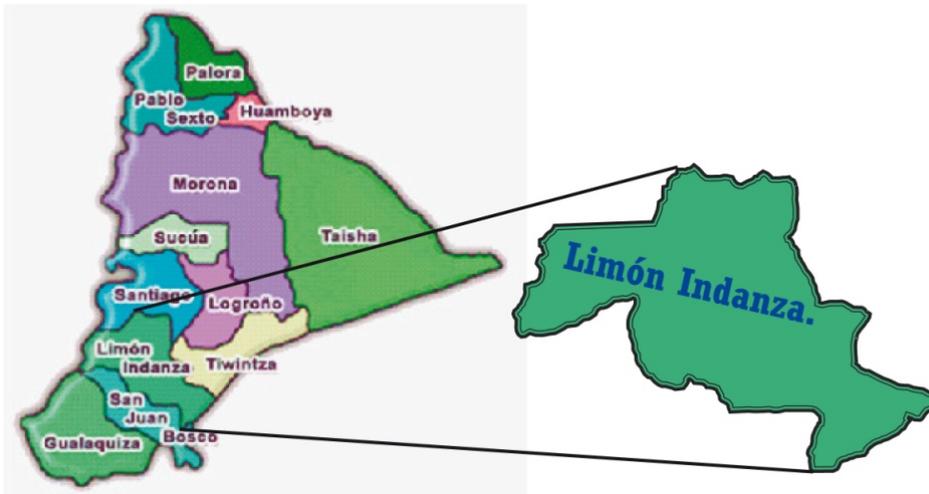
“El Cantón Limón Indanza se encuentra ubicado en el centro sur. Con una extensión de 2.101 km² aproximadamente cuenta con una población de 11.500 habitantes. Su cabecera cantonal es General Plaza, tiene 5 Parroquias: San Antonio, Chiviaza, Yunganza – El Rosario, Indanza y San Miguel de Conchay. A fines de 1949, parte una delegación presidida por el Rvdo. Padre Miguel Ulloa, con el objeto de solicitar a la Municipalidad de Santiago de Méndez los trámites necesarios para la cantonización de Limón. Esta gestión fue aprobada el 12 de diciembre de 1950, por Decreto Legislativo, desde ese día fue elevado a la categoría de cantón con la denominación de Limón Indanza.

Las vías más comunes de acceso a la sierra son: Limón-Plan de Milagro-Gualaceo-Cuenca. Limón-Bella Unión-Méndez-Guarumales-Paute-Cuenca.

Las fiestas de cantonización son en honor al 12 de diciembre de 1950”⁸.

⁸ Historia Política Administrativa de Limón Indanza, 1950-1984, Gobierno Municipal de Limón Indanza, Dep. de Cultura, Dic. 2008

MORONA SANTIAGO.



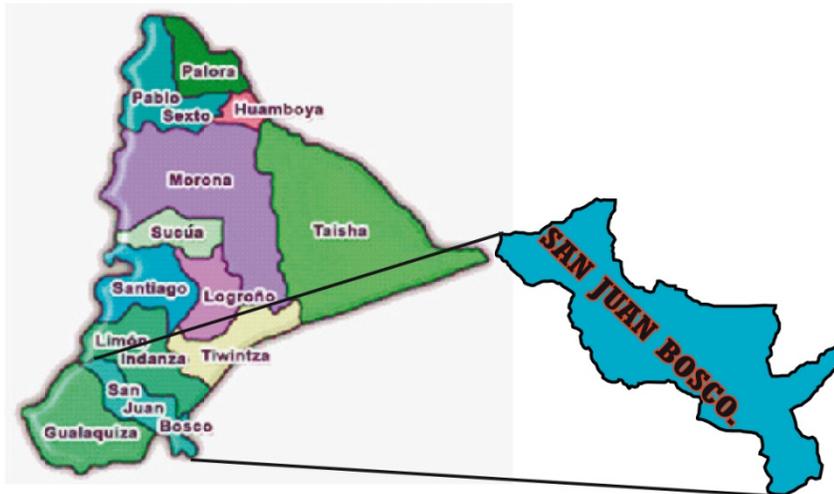
1.5.3.- San Juan Bosco

“Ubicado entre Limón y Gualaquiza, cuenta con una extensión de 3.397 km² y alberga a 4038 habitantes. En el sector urbano son 1042 y en el área rural son 2089 personas. Su cabecera cantonal es San Juan Bosco y está dividido en 4 parroquias: Pan de Azúcar, San José de Wakambeis, San Carlos de Limón y Pananza. Esta a 137 km de Cuenca a 162.50 km de Macas y a 58 km de Gualaquiza. Su fecha de parroquialización es el 11 de febrero de 1963 y de cantonización el 30 de Junio de 1992.

Los lugares de arribo a este cantón por vía Terrestre son: Loja-Zamora-Yanzatza-El Pangui-Gualaquiza-San Juan Bosco. Cuenca-Gualaceo-Sigsig-Chiguinda-Gualaquiza-San Juan Bosco. Cuenca-Gualaceo-Plan de Milagro-San Juan Bosco. Macas-Sucua-Plan de Milagro-San Juan Bosco”⁹.

⁹moronasantiago.gov.ec/index.php?nombre_modulo=listar_contenido&op=listar&pagina

MORONA SANTIAGO.



1.5.4.- Gualaquiza:

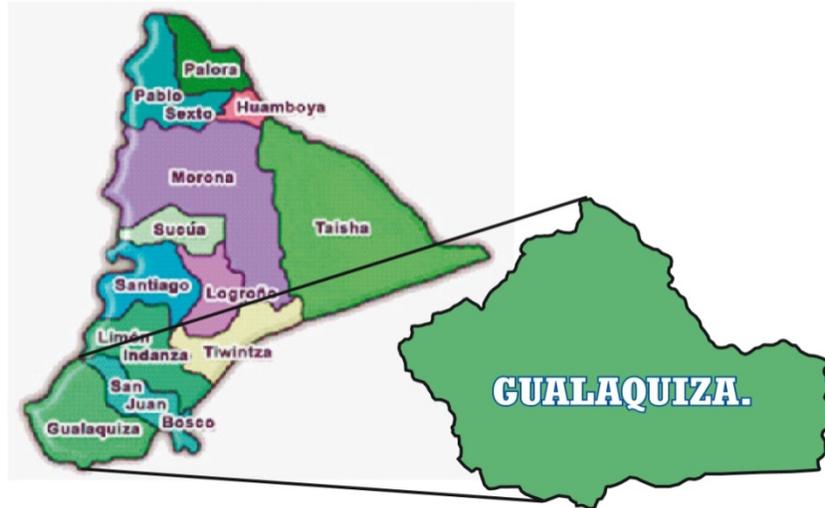
“Gualaquiza es el primer cantón desde el sur, ubicada en el extremo meridional de la provincia. Con una extensión de 3.397 km² tiene una población de 15.288 habitantes. La cabecera cantonal tiene su mismo nombre. Se halla dividido en dos parroquias urbanas: Gualaquiza y Mercedes Molina. Ocho rurales: Bomboiza, Nueva Tarqui, El Rosario, San Miguel de Cuyes, Chigüinda, Amazonas, Bermejós y El Ideal. Su fundación fue en 1815 y las fiestas de cantonización son en honor al 16 de agosto de 1944. Tiene tres vías de común acceso a la sierra: Zamora-Loja. Gualaquiza-Plan de Milagro-Cuenca y Gualaquiza-Chigüinda-Sígsig.

Entre los productores artesanales se pueden destacar aquellos que confeccionan la vestimenta, instrumentos de caza y adornos del pueblo shuar como son: coronas, colgantes, brazaletes, lanzas, flechas y cuchillos, utilizando como materia prima las plumas, pieles de tigre, culebras, semillas de árboles, huesos, chonta, etc.



Entre la comida representativas se encuentra las ancas de rana, pancitos de dulce horneados en leña, manjar de leña. Y las bebidas más representativas es la, chicha de caña, chicha de chonta, chicha de yuca, bebidas que se comparten con la etnia Shuar”¹⁰.

MORONA SANTIAGO.



¹⁰ mornasantiago.gov.ec/index.php?nombre_modulo=listar_contenido&op=listar&pagina-gualquiza



2.- LOS MEDIOS ESCRITOS Y SU AVANCE EN MORONA SANTIAGO.

Desde la aparición de los medios de comunicación escritos en nuestra provincia, que con la puesta en escena de su primer ejemplar en el año 2006, que hasta ahora tiene vigencia como lo es el informativo La Frontera, luego en el 2008 con la aparición en el mundo de la comunicación del semanario La Randimpa, se han ido notando cambios trascendentales en la forma de ver e interpretar la información y comunicación en sí. Con el surgimiento y consolidación de estos y otros medios escritos que buscan la orientación de sus lectores mediante la presentación de forma tácita de varios temas de interés, trascendentales, de opinión, política, cultural, deportivos, de entretenimiento, etc. la sociedad de Morona Santiago tiene alternativas en información. No solo recibe medios como El Comercio, El Extra, El Mercurio; (que sin desmerecerlos abordan importantes contenidos, pero muchas de las veces no reflejan la realidad de los pueblos amazónicos) sino, que también contrasta las noticias, informaciones, datos, cuadros, fotografías con lo que pasa en su cantón, en su ciudad y provincia.

Son muchos los acontecimientos en donde los medios escritos han asumido un rol muy importante, no se diga las radios que por su poder de persuasión, alcance e inmediatez, llegan a más personas. En los últimos sucesos que se dieron en el mes de septiembre del 2009 a raíz de la actitud prepotente del presidente Correa al no dialogar con dirigentes de la UNE e Indígenas orientales, se desató una serie de manifestaciones que culminaron inclusive con la muerte de un profesor Shuar, los medios escritos jugaron un papel muy importante al proponer en sus páginas de la manera más cercana a la realidad sus comentarios, opiniones, imágenes, datos, para de alguna manera tener a la ciudadanía lo más informada posible, sirviendo en algunos casos de referencia para medios nacionales e internacionales.

De la importancia que tienen los medios escritos y la forma como van tomando peso en nuestra sociedad que poco a poco va aceptando y participando de estos cambios en materia de comunicación y usos de formas de llegar al emisor tratando



de tener respuesta positiva en los lectores al punto de tener el Feed Back. (Retroalimentación).

En su libro “Comunicación y Radio para el Desarrollo Local”, Anouk Hoeberichts y Miguel López Chang argumentan tres pilares del Desarrollo Humano que se adaptan a la propuesta comunicativa y desarrollo local:

- Una propuesta Humana,
- Una propuesta Local Integral y
- Una propuesta participativa.

Una Propuesta Humana.

“Una propuesta de desarrollo que considera a la gente desde el inicio y como finalidad del proceso le reconoce a la población su protagonismo, el que no se limita a sólo sembrar su chacra con un cultivo mejorado sino que como se puede anotar en un caso muy puntual de ciertas comunidades organizadas de muchos países que han tenido procesos de comunicación para un desarrollo, son los agricultores quienes ejercitan su creatividad en la solución de problemas e incorporan sus conocimientos y experiencias en las decisiones”¹¹

Si se parte de esta acotación decimos que la participación de la población del Sur de la provincia de Morona Santiago en la toma de decisiones, intervención activa en los proyectos de cada cantón, fortaleza para crear desarrollo en general hará posible la competencia con las demás provincias en igualdad de condiciones, en este sentido los medios de comunicación en general tienen un rol muy importante en su función de orientar puntual, eficaz y direccionando al desarrollo colectivo.

¹¹ Anouk Hoeberichts y Miguel López, Comunicación y Radio para el Desarrollo Local, Guía para la acción, 2001, pag. 21.



Una propuesta local integral.

“Una propuesta de desarrollo humano local no sólo parte de la gente como componente principal sino que también le atribuye protagonismo e igualmente parte del conocimiento de su realidad y sus propuestas de cambio”¹².

En todas las ciudades y comunidades en donde no llegan y no se tiene conocimiento de los medios de comunicación escritos a nivel nacional, como lo es en los cantones del sur de la provincia de Morona Santiago; se hace indispensable comenzar desde lo local, con la participación activa de sus habitantes en la formulación de propuestas de desarrollo.

La presencia, no necesariamente de un informativo diario ni semanal; pero si con regularidad de un medio que recoja las necesidades humanas y colectivas va a tener asidero. Justamente para satisfacer las necesidades informativas, para que las autoridades puedan dar a conocer sus actividades, criterios, proyectos culturales, económicos, social, políticos, etc...

Una propuesta participativa.

“El desarrollo humano local considera a la participación como un proceso en que las propuestas nacen de la gente y, por lo tanto, la gente tendrá poder de iniciativa, negociación, decisión y beneficio como un derecho humano”¹³.

De la unión nace la organización y esta permite poner en común las diferentes propuestas y debatirlas. Luego convertir los acuerdos en acciones, velar por el cumplimiento de las responsabilidades de cada uno y buscar en conjunto

¹² Anouk Hoeberichts y Miguel López, Comunicación y Radio para el Desarrollo Local, Guía para la acción, 2001, pag. 22.

¹³ Anouk Hoeberichts y Miguel López, Comunicación y Radio para el Desarrollo Local, Guía para la acción, 2001, pag. 24.



soluciones a nuevos problemas que inevitablemente surgen en todo proceso de desarrollo y de la vida diaria de nuestras comunidades.

El involucramiento en la vida social de algunos medios escritos, mediante la puesta en escena de material informativo crítico, fiable, veraz y sobre todo que propenda buscar crear ciudadanos comprometidos, que usando la prensa hagan llegar sus más prontas necesidades, sus compromisos y no solo la prensa sino cualquier medio de comunicación en todas sus formas de expresión y manifestación. En este sentido se han creado algunos medios, no todos buscan una solución posible a la desinformación; sino más bien, solo buscan crecimiento económico individual. En el transcurso de esta investigación, iremos nombrando los medios que posiblemente aporten sustancialmente a un desarrollo colectivo en las personas y otros que no lo hagan.

2.1.- Influencia social y cultural de los medios escritos:

Los medios de comunicación se encuentran inmersos dentro del sistema de comunicación pública.

Clemente Penalva, citando a Martín Serrano indica que:

“Los medios de comunicación de masas van asumiendo progresivamente un papel predominante como fuente de representaciones colectivas a propósito del entorno social... y es desde esta perspectiva que el sistema de información institucionalizada relaciona las dimensiones sociopolíticas (legitimidad de la interpretación) y culturales (conocimiento) de la información en un sistema social”¹⁴.

¹⁴ Prensa e Integración Binacional Ecuador-Peru: Su incidencia en las ciudades de Macas y Cuenca, Diego O. Samaniego Dumas, Cuenca, junio de 2003, pag 45.



El recurso que utilizan los medios de comunicación para esta socialización es la *noticia*. Este recurso es utilizado como un modelo legitimado de transmisión de conocimiento, con sus propias características temporales y espaciales, que lo hacen tempestiva y contextual.

Desde el punto de vista de las funciones cognitivas y mediadoras de la información, existen tres dimensiones que explican, en gran medida, la configuración actual de los medios de comunicación con relación a la noticia: “ayuda a entender las situaciones individuales y colectivas (el contexto social); en un contexto ecológico-espacial; y con una dimensión temporal, ya que la información se desplaza en el tiempo tanto hacia delante (previsión mediante una concatenación de acontecimientos), como hacia atrás”¹⁵.

Los enfoques culturales han sido revisados en la actualidad. Anteriormente, diversos enfoques socioculturales estaban de acuerdo que para entender la cultura se ha de comprender también el funcionamiento de las fuerzas materiales históricas, y viceversa, que es lo que sostienen los marxistas, a través de las tesis del “imperialismo cultural”, corriente nacida en Latinoamérica a través del aporte de Dorfman y Matelart, en 1963, con el texto: “Cómo leer el Pato Donald”, libro que resultó polémico en Chile porque se utilizó el marxismo para defenderse de los ataques conservadores de las fuerzas que trataban de desestabilizar el régimen de Allende. En tal virtud ese texto no tiene las características de un aporte académico.

Con la globalización a cuestas, las cosas se han planteado de una manera diferente: es decir se ha cuestionado sus planteamientos a partir de la crítica realizada por Althusser cuando este aprobó “la separación del nivel ideológico de los niveles político y económico”¹⁶.

¹⁵ Prensa e Integración Binacional Ecuador-Peru: Su incidencia en las ciudades de Macas y Cuenca, Diego O. Samaniego Dumas, Cuenca, junio de 2003, pag 46.

¹⁶ John Sinclair, Televisión: Comunicación global y regionalización, Editorial Gedisa, Barcelona, España, 2000, Pág. 88



Con la “aprobación” de Althusser, muchos investigadores y teóricos, en particular de los del campo de culturales, abandonaron su intención de demostrar alguna conexión estructural entre la economía y la cultura, y comenzaron a estudiar la cultura más en sus propios términos. Podemos ubicar los estudios de Morley, Libes y Kats, y Ang dentro de esta tendencia¹⁷.

El asunto no está en cuál de las dos opciones es la mejor. Quizá es difícil llegar a acuerdos cuando cada una plantea cuestiones diferentes, por un lado los investigadores que están interesados en las complejidades de las respuestas reales a los flujos culturales, como identidad, hibridación, etcétera, y los investigadores más interesados en las estructuras de propiedad y control de las industrias.

“La importancia de conocer estas posiciones - como dice John Sinclair- no radica en poder optar por una o por otra, sino en buscar formas en que lo mejor de ambas pueda (re)unirse. Por el lado, de los estudios culturales existe el peligro de perderse en la subjetividad de los espectadores, y por el lado de la economía política, el de perderse en las estructuras de la concentración¹⁸.”

2.2.- IDENTIFICACIÓN Y MORFOLOGÍA DE LOS MEDIOS IMPRESOS CON INCIDENCIA AL SUR DE MORONA SANTIAGO.

En nuestra provincia se identifican tres medios con circulación provincial, estos son: Informativo VISION, Informativo LA FRONTERA y el Semanario LA RANDIMPA. El primero con sede en Sucúa, y los otros con sede en la capital de la provincia Macas. Estos medios se sienten según, “sus gerentes¹⁹”, involucrados

¹⁷ Prensa e Integración Binacional Ecuador-Peru: Su incidencia en las ciudades de Macas y Cuenca, Diego O. Samaniego Dumas, Cuenca, junio de 2003, pag 46

¹⁸ Prensa e Integración Binacional Ecuador-Peru: Su incidencia en las ciudades de Macas y Cuenca, Diego O. Samaniego Dumas, Cuenca, junio de 2003, pag 47.

¹⁹ Director de La Frontera: Marcelo Noguera.
Director de La Randimpa: Edgar Llerena.



con el desarrollo de sus pueblos y provincia, ya que buscan tener información de todos los cantones; a través, de sus corresponsales que en muchos, por no decir, en todos los casos no son periodistas, sino personas que escriben y hacen sus notas con el fin de colaborar con su cantón, notándose la falta de profesionales.

Muchas de las veces el objetivo propuesto por los gerentes de los medios escritos; que es propender encontrar de entre sus colaboradores, gente que esté comprometida con la idea de desarrollo, no se cumple en su totalidad. Muchos son los motivos, entre ellos esta como ya lo anotamos anteriormente, la falta de profesionalismo, falta de entender el código de ética de un periodista o comunicador. En la revista LATINOAMERICANA DE COMUNICACIÓN, haciendo relación a LOS CÓDIGOS DE ÉTICA DE LOS PERIODISTAS, se hace un análisis de estos preceptos en cada uno de los países y en lo que respecta al Ecuador apunta entre los más importantes:

- “El periodista tiene la obligación de proporcionar a la comunidad una información objetiva, veraz y oportuna.
- **El periodista está obligado a promover el desarrollo integral del país,** la educación, la ciencia, la cultura y a luchar por la liberación del hombre y los pueblos.
- El periodista debe lealtad a las aspiraciones y a los valores fundamentales de su comunidad.
- El periodista está obligado a defender la soberanía y la integridad territorial, sus símbolos patrios, su historia, su cultura y tradiciones.
- El periodista exigirá del Estado una política nacional de comunicación que impida el monopolio de la información.



- El periodista guardará estricto secreto en el ejercicio de su profesión respecto de las fuentes de información”²⁰.

Si se cumplen en parte por lo menos estos preceptos que se han promulgado y que las tenemos que conocer y poner en práctica, se está proponiendo un desarrollo a escala nacional.

La incidencia y participación de los medios locales es vista (según sus representantes y directores de los medios impresos que circulan en la provincia; además, por los representantes de la salud, educación, etc. a más de dar un aporte sustancial al desarrollo y crecimiento de estos medios, apoyan el desarrollo de los mismos) como un aporte básico para un perfeccionamiento en materia de crecimiento colectivo (entiéndase crecimiento colectivo la formación de líderes sociales, jóvenes con criterios sobre la problemática nacional, niños motivados a la lectura, por nombrar algunos indicadores...), se nota en muy poco tiempo de la salida de algunos medios (por citar un ejemplo desde la salida del semanario La Randimpa en el 2008, se nota la participación y vinculación de los jóvenes de los colegios por escribir, si bien es cierto motivados por algunos profesores, pero al final existe un crecimiento del interés por varios temas de interés juvenil como: el alcoholismo, enamoramiento, problemas de adolescentes, etc.) en especial los escritos que la gente se motiva por participar; por escribir y exponer sus criterios, opiniones y versiones sobre tal o cual tema de utilidad y actualidad.

Es de considerar la falta de interés de las personas por la lectura, esto genera un fenómeno de iniciar en la búsqueda de la forma en la que la ciudadanía se interese por leer, creyendo conveniente que desde los formadores, como lo son las instituciones educativas (escuelas, jardines y colegios) y desde el hogar que es lo más importante, se creen espacios y necesidad de lectura, sea para enriquecer el léxico, conocer más o volverlo cotidiano y necesario. A decir del Lcdo. Efraín

²⁰ Revista Latinoamericana de comunicación. Códigos de ética de los periodistas. 1995.



Gómez, director de la Casa de la Cultura, para mejorar el interés por la lectura es necesario “mayor preparación de los comunicadores que están al frente de los medios. Tener un criterio más real, más profundo y no someternos quizá a decir lo que alguien nos dijo o alguien nos contó cuando en realidad no es así. En cuanto a la conciencia si es necesario motivar en las personas valores como la honradez, la solidaridad, la verdad, sinceridad, que en realidad están bien venido a menos”²¹.

Dentro de los medios escritos se presentan como una alternativa comunicacional e informativa: las hojas volantes, panfletos o manifiestos con temas políticos y polémicos. En estas últimas elecciones generales, las del 14 de junio de 2009, aparecieron en Limón un sinnúmero de hojas volantes con distintos temas políticos, racistas, ideales y hasta personales. En base a la serie de enfrentamientos políticos e ideológicos que hubo entre la gente de la ciudad, fueron constantes las apariciones de hojas volantes en las que se insultaba a tal o cual persona. Estas volantes eran entregadas por los autores; unas con firma de responsabilidad otras sin la misma. Asomaban en las manos de las personas, bajo las puertas de los hogares o en las oficinas.

2.2.1.- Semanario “La Randimpa”. Opción Informativa Amazónica.



²¹ Lcdo. Efraín Gómez, director de la Casa de la Cultura, septiembre del 2008.

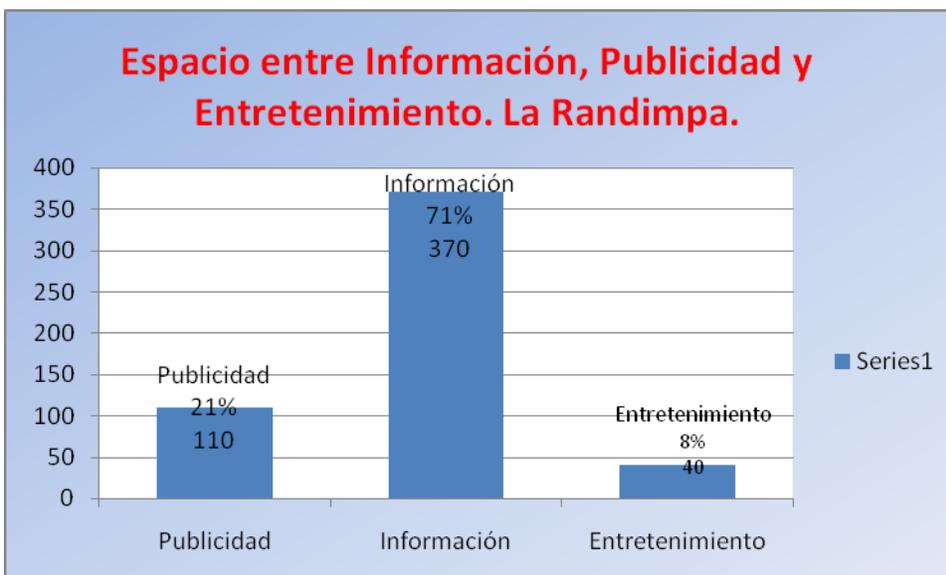


Este semanario fue creado el 15 de noviembre del 2008. Su línea editorial está basada en tipo denuncia social. Su oficina está ubicada en Macas, en la calle 10 de Agosto entre Don Bosco y 9 de Octubre. Su primera edición fue del 15 al 22 de noviembre del 2008. Semanario con 12 páginas en papel periódico, tamaño A3, blanco-negro y a colores. Segmentos: Portada, locales (noticias del cantón Morona), cantones, editorial, galería randimpera, deportes, avisos clasificados, nacionales, internacionales, pasatiempos, publicidad, contraportada. Por disposición de sus dirigentes, la utilización de 300 a 400 palabras por nota. Corresponsales fijos en los cantones: Sucúa, Limón Indanza, Palora, Gualaquiza, San Juan Bosco. Distribución y venta en toda la provincia el domingo en primeras horas de la mañana. Su costo es de: \$ 0.30. Desde enero del 2010 aparece la versión On-line con su dirección www.larandimpa.com

2.2.1.1.- Relación publicidad – información - Entretenimiento.

Mediante la técnica centímetro columna se logro establecer que en el semanario La Randimpa se utiliza un 71% para información, para publicidad un 21% y para entretenimiento un 8% del espacio de redacción.

Cuadro n.- 2



2.2.2.- Quincenal “La Frontera”. Primera Revista Informativa de la Región Amazónica.

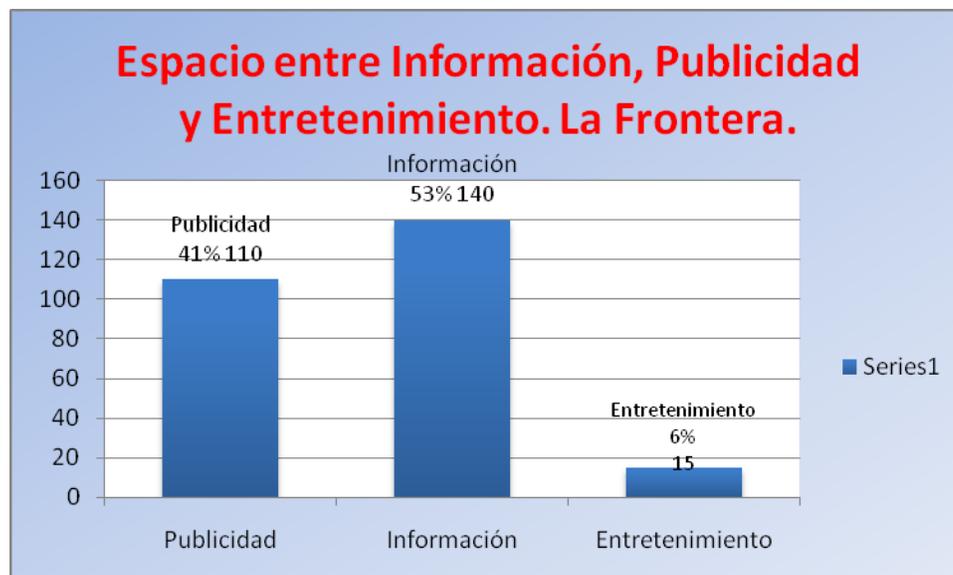


Este quincenal fue creado en el año 2006. Las personas que hacen opinión basan sus escritos en la denuncia y crítica constructiva de los procesos políticos, económicos, sociales de la provincia. Su oficina está ubicada en Macas, en la calle 10 de Agosto y Amazonas. 12 páginas en papel bond, tamaño A3, blanco-negro y a colores. Segmentos: Portada, editorial, noticias de Macas, publicidad, sucesos, cantones, deportes, avisos clasificados, nacionales, internacionales, pasatiempos, contraportada. Se deja notar la capacidad de resumir las noticias debido al espacio. Corresponsales fijos en Connecticut EE.UU, Prov. Del Azuay, en los cantones: Santiago, Limón Indanza, San Juan Bosco, Taisha y Huamboya. Distribución y venta en toda la provincia cada 15 días. Su costo es de: \$ 0.50. Se resalta en su interior de cada publicación una hoja a full color alternando a manera de publicidad con información de las actividades de los alcaldes de los cantones y directivos de entidades públicas, como: ECORAE, INNFA, Dirección de Salud, Dirección Agropecuaria, Gobierno Provincial, etc. No tiene versión On-line.

2.2.2.1.- Relación publicidad – información - Entretenimiento.

Mediante la técnica centímetro columna se logro establecer que en el quincenal la Frontera se utiliza un 53% para información, para publicidad un 41% y para entretenimiento un 6% del espacio de redacción.

Cuadro n.- 3



2.3.- Presencia de Medios Escritos en los Cantones del Sur de la Provincia.

Morona Santiago, al estar un tanto alejado de la capital del país no dispone de todos los medios o sus habitantes no leen la mayoría de medios escritos. Los que si llegan en los cuatro cantones del sur son: El Comercio, El Mercurio de Cuenca y El Extra.

A continuación se nombran con su respectiva descripción las formas escritas que usan los municipios de los cantones motivos de la investigación para dar a conocer y transparentar la gestión pública de sus alcaldes.



2.3.1.- Cantón Santiago de Méndez.

En el cantón Santiago de Méndez no hay un medio de comunicación escrito, ni privado, ni dirigido por la municipalidad. Es la constante de los cantones de la provincia, que a diferencia de Limón si lo tiene. Mediante entrevista con el alcalde de este municipio el Sr. Lauro Mejía, manifestó que no existe un departamento de Relaciones Públicas que se dedique a producir un material informativo escrito. Pero que si lo hará de forma anual a manera de informe de sus actividades, tal como lo han hecho los otros alcaldes.

2.3.2.- Cantón Limón Indanza.

Dentro del departamento de Relaciones Públicas del Consejo Municipal de este cantón, su directora, la Lcda. Gissela Oleas, presenta en forma mensual un informativo llamado “TRIBUNA LOCAL”. En este se exponen las actividades como: proyectos, obras, agenda institucional, reuniones del Consejo, convenios, resoluciones, talleres... Se resalta la participación de las juntas parroquiales en la toma de decisiones, ya que con este medio de información ellos a través de sus representantes que son los presidentes de las juntas o personalmente, emiten también sus criterios sobre actividades que benefician en forma general a toda su gente e involucran dentro de la agenda social su intervención.

TRIBUNA LOCAL, es presentada en 8 hojas papel bond, full color. En donde alterna: noticias, proyectos, convenios, reuniones de la institución municipal, con espacios para la cultura, el deporte y variedad de temas de interés social. No tiene versión On-line.



Su primer ejemplar con este nombre apareció en agosto del 2009, ya que en la antigua administración salía como INFORMATIVO LIMONENSE, de la misma Lcda. como Relacionadora Pública. En sus distintas secciones se orienta a informar de las actividades, visitas, encuentros del alcalde, diligencias de las Juntas Parroquiales, de sus departamentos y del Concejo. Está llevada y organizada en su departamento de edición, diagramación y redacción por La Lcda. Gissela Oleas. Tiene segmentos como: Portada, editorial, noticias, deportes, nacionales, internacionales, pasatiempos, contraportada. No tiene publicidad. Se deja notar la capacidad de resumir las noticias debido al espacio. La distribución mensual es gratuita en todo el cantón y sus parroquias.

2.3.3.- Cantón San Juan Bosco.

En el cantón San Juan Bosco, luego de una investigación directa en la municipalidad y en la ciudadanía, no hay un medio escrito que se publique desde la municipalidad para dar a conocer los trabajos que se hacen. Se piensa según su alcalde, el Arq. Cristian Saquicela, publicar un informativo a manera de informe, pero no se anunció la fecha.

2.3.4.- Cantón Gualaquiza.

En el cantón Gualaquiza si existe un medio de comunicación escrito está dirigido por el Sr. Celso Samaniego llamado “EL INFORMATIVO”. Su presentación es en 12 hojas papel bond, full color. Con: noticias, opinión, farándula, segmento de cantones del sur de la provincia de Morona Santiago y del norte de Zamora Chinchipe. Tiene espacios para la cultura, el deporte y variedad de temas de interés social. No tiene versión On-line.

Tiene su trascendencia en la provincia, consta de segmentos como: Portada, editorial, noticias, publicidad, deportes, nacionales, internacionales, pasatiempos,



contraportada. Distribución mensual en todo el cantón Gualaquiza, cantones vecinos y sus parroquias.

En el cantón Gualaquiza no hay un medio escrito que presente la municipalidad para su ciudadanía, así mismo no cuenta con un departamento de relaciones públicas.

2.4.- Medios nacionales en el Sur de Morona Santiago.

En una visita a los cantones, se puede notar que los medios de circulación nacional como: El Comercio, El Universo, Extra, entre otros, no llegan o no circulan en el sur de Morona Santiago y si lo hacen son pocos los que se interesan por adquirirlos, haciendo que las personas que hacen un gran esfuerzo para traerlos desistan de su distribución, teniendo solamente entregas a ciertas personas como nos comentaron los vendedores que tienen que caminar mucho para dejar entre 15 a 20 periódicos que muchas de las veces se quedan en stock y no los venden.

En el cantón Santiago de Méndez solamente hay un lugar para la venta de medios escritos nacionales, siendo el que más se vende El Comercio, seguido del diario cuencano El Mercurio, El Extra no se distribuye y El Universo tampoco.

En el cantón Limón Indanza de igual manera hay un solo lugar donde se vende al público y se distribuye a suscriptores alrededor de 20 ejemplares de El Comercio, 15 de El Mercurio de Cuenca, El Extra no se vende y El Universo tampoco.

En el Cantón San Juan Bosco no hay un lugar en donde se venda o distribuya algún medio de circulación nacional. Según comenta la gente hace tiempos atrás si se vendían periódicos pero por el desinterés se lo dejó de hacer.

En el cantón Gualaquiza se vende alrededor de 30 ejemplares de El Comercio, cerca de 20 números de El Mercurio de Cuenca, mientras que es el único cantón en donde se venden el periódico Extra de la ciudad de Guayaquil, 15 ejemplares.



2.5.- Medios Escritos. Desarrollo local y regional.

Para partir de un concepto de desarrollo desde los medios escritos a nivel regional y local, es necesario analizar ¿Cómo estos se vinculan con la sociedad? ¿Qué aportan los medios para el desarrollo? ¿Qué hacen para mejorar la participación regional o local? ¿Son capaces los medios de influir en la forma de crear desarrollo?

Es necesario abordar en este punto del trabajo el concepto de desarrollo que propone Jürgen Schuldt en donde se apoya en los escritos de Manfred Max-Neef que sobre desarrollo local y participativo apunta «El desarrollo busca **hacer viable la constitución de sujetos que, desde los pequeños y muy heterogéneos espacios, sean capaces de sostener y desarrollar sus propios proyectos**, con lo que pasan –combinándolas-, de la esfera de la **persona** a la de **sujetos sociales**. Si en un caso se trataba de convertir la persona **objeto** en persona **sujeto**, ahora se trataría de proceder en ese mismo sentido a escala ampliada, respetando siempre la **diferenciación de grupos**»²²

En la cita anterior su autor -como él mismo señaló- nos proporciona una “aproximación muy condensada” de lo que se entiende por desarrollo. Sin embargo, no es solamente una definición por sí sola, que se agota en sí misma, pues contiene asimismo una estrategia, vía o ruta de acción a seguir, la misma que más adelante propone:

“**Desarrollo** como la creciente satisfacción de las necesidades (axiológica o existencialmente definidas), a nivel de **sujetos** la definen como la **aproximación a**

²² Jürgen Schuldt: *Repensando el Desarrollo, Desarrollo Humano: Capacidades y necesidades axiológicas*. Pag 72. 1995.



la autodependencia en sus diversas escalas (local, regional y nacional); es decir, “la nueva concepción ha de orientarse inevitablemente hacia la **generación de una creciente autodependencia entendida como un proceso capaz de fomentar la participación en las decisiones, la creatividad social, la autonomía política, la justa distribución de la riqueza y la tolerancia frente a la diversidad de identidades, la autodependencia constituye un elemento decisivo en la articulación de los seres humanos con la naturaleza y la tecnología, de lo personal con lo social, de lo micro con la macro, de la autonomía con la planificación y de la sociedad civil con el Estado**”²³.

De esta forma y aplicando al tema local. Se entiende como: “Estimular la “competencia” y el **potencial de negociación** de las pequeñas y medianas unidades locales”. A que venga como política de Estado (y si no lo hacen, incrustarlo en las políticas locales) la participación incluyente de todas las personas en busca de mejorar las condiciones de vida, sistema educativo de una ciudad, sistema productivo de una provincia, sistema económico de una comunidad, partiendo de generar conciencia colectiva más no individualista. En Morona Santiago, y acogiendo las palabras de su nuevo Prefecto el Lcdo. Marcelino Chumpi, “se busca implementar un modelo de desarrollo sustentable, enmarcado en la industrialización”. Un proceso que se hace difícil sin la participación comprometida de sus habitantes, en donde los medios de comunicación sean veedores de este proceso y participen del mismo, pero ¿cómo lograrlo? Un medio de comunicación en especial un escrito logrará o apoyará estas iniciativas desde que comience a difundirlas, con entrevistas y la participación en sus ediciones en primera instancia a los promotores, luego incentivando y motivando la participación de los lectores en intervenir en los procesos de cambio. Un ganadero, un comerciante que participa con sus opiniones, que es tomado en cuenta por un medio local, no se diga nacional, se motiva y direcciona a la participación incluyente con propuestas e ideas. De esta

²³ Jürgen Schuldt: *Repensando el Desarrollo Humano: Capacidades y necesidades axiológicas.*, Pag 72 y 73. 1995



manera se está como medio informativo motivando a la participación en el desarrollo.

En un discurso dado en Limón por el prefecto de nuestra provincia aduce que “los medios forman parte de la veeduría social, motivando, difundiendo las noticias y actividades participativas que vayan en beneficio de la colectividad, sin decir verdades a medias e infundadas, ya que estas solo sirven para crear polémicas y críticas falsas”.²⁴

Dentro del planteamiento para trabajar desde lo local resulta muy necesario ir construyendo, desde hoy y muy paulatinamente, un **poder alternativo desde el campo popular** –donde lo esencial radicaría en determinar su base propulsora y los ejes que habría que combinar para alcanzarlo-, que permita guiar efectivamente nuestras acciones de corto plazo para ir en esa dirección, para asegurar el desarrollo en el mediano y largo plazo. Ello exige, incluso, configurar alianzas transitorias o permanentes con sujetos y fracciones sociales que no necesariamente pertenecen a las fuerzas populares.

Indudablemente, se repite, la vía más eficaz para plantear la Estrategia sería la que iniciaría –apertrechándonos- con el poder político doméstico- desde el **nivel nacional**, dada una dinámica interna e internacional.

2.6.- Estudio especial de la página editorial.

Para el estudio de la forma como presentan los medios escritos su página de opinión y editorial, se ha escogido un texto de los 10 ejemplares del inicio de cada mes en cada informativo, desde el mes de Mayo del 2009 a Febrero del 2010 y los analizamos, dando un total de 20 criterios diferentes, tomando en cuenta que en el informativo la frontera son dos las personas que normalmente hacen opinión,

²⁴ Parte del discurso dado en la presentación del proyecto local y participativo del Lcdo. Marcelino Chumpí (prefecto de Morona Santiago), en Limón Indanza el 18 de noviembre del 2009.



mientras que en el Informativo La Randimpa existen más de 2 personas que se turnan con sus contenidos; siendo la constante de las opiniones la denuncia social y temas como defensa de la vida, recursos naturales, políticos, festivos... Son evaluados y analizados tomando en cuenta la clasificación que presenta el libro de xxxxxxxxx: análisis de mensajes, en donde propone 2 aristas. El primero son las Estrategias de Fondo, que hace referencia a la intención del mensaje, con sus características como: **Predicaciones de Cualificación y de Acción, Alta y baja Referencialidad, Tipificaciones, Relaciones de Armonía y de Oposición.** También se apuntan dentro de las características que hay en un mensaje las Estrategias de Superficie, que son: **Universalización, Generalización, Tópicos, Personalización, Despersonalización, Redundancia, Comparación, Metáfora, Sinécdoque, Hipérbole, Sentido de Oportunidad e Inferencia Inmediata.** Se trató con estas características que se presentan en la elaboración de mensajes, primeramente elaborar un resumen de cada contenido y en un segundo momento, ir buscando dentro de los textos de los medios escritos si es que se utilizan o no las estrategias de Superficie o de Fondo, se obtuvieron los siguientes resultados:

INFORMATIVO LA FRONTERA, SEGMENTO OPINIÓN.

En la publicación número 117 de La Frontera del mes de Mayo del 2009 su director escribe en el segmento de opinión empezando con el titular: DEJÉMONOS DE VAINAS Y A TRABAJAR. En este se apunta que en el marco del inicio de las festividades de la ciudad de Macas, hace un llamado a las autoridades recién electas, a que pongan mano dura a la delincuencia, sabiendo que antes era un pueblo en donde reinaba la paz y la tranquilidad, para al final llamar a juntarse en una minga de todos quienes hacen administración pública, prefecto, alcaldes, concejales, juntas parroquiales y demás, para que la delincuencia no entre en la amazonía, diciendo que dejémonos de vainas y a trabajar por el bienestar común.



- Tiene **alta referencialidad** debido a que incrusta datos de apoyo sobre casos de atropellos en algunos lugares de la ciudad, información con propuestas.
- **Tipificaciones:** Policía Nacional, Juntas Parroquiales, ciudad de Macas.
- El autor del texto mantiene **relaciones de armonía** ya que nunca confronta a nadie con nadie, ni siquiera topa el tema de la situación policial en la provincia.

Algunos ejemplos de Estrategias de Superficie.

- **Universalización:** Ciudadanos.
- **Redundancia:** Hay 2 momentos en donde hay redundancia ya que al momento del mensaje ya se nombró a las autoridades electas y en segunda instancia se los vuelve a nombrar como actores para velar por la seguridad de la gente.

En la publicación número 119 de junio del 2009, Hernán Montenegro escribe LA LIBERTAD DE OPINIÓN Y EXPRESIÓN ES EN TODA FORMA Y MANIFESTACIÓN. Inicia con una ligera descripción de lo que debería ser la libertad de expresión según la constitución, para luego preguntarnos ¿qué pasa en nuestro país?. Discrepa la actuación del presidente de la república y el uso inadecuado de la publicidad en los distintos medios y la forma como el primer mandatario utiliza epítetos, tilda de anti patrias, mediocres, generaliza y minimiza a la prensa. Dando salidas desde la comunicación para buscar la verdad y sus acepciones.

- Cuando en alguna parte del mensaje (texto) se refiere a la actitud prepotente del presidente, usa una **predicación de cualificación:** *el presidente de la república lanza epítetos, tilda de mediocres, generaliza y minimiza a la prensa; práctica propia de los regímenes totalitarios, que creíamos ya superados.*



- Se habla de **alta referencialidad**, ya que utiliza los argumentos posibles como ejemplos, citas, artículos de la constitución para argumentar su tesis de que se viola la libertad de expresión.
- **Tipificaciones:** Libertad, Derechos Humanos.
- En este mensaje existe **relación de oposición**, ya que esta en contraposición a una idea tan marcada como la del presidente de la república. No crea conflicto pero si se opone.

Algunos ejemplos de Estrategias de Superficie.

- **Universalización:** Todas las personas, autoridades e instituciones están sujetas a la constitución.
- **Tópicos:** Gobierno Central.
- **Redundancia:** En reiteradas oportunidades en el mensaje pone en duda la actuación del presidente, el uso excesivo de los medios de comunicación para insultar justamente a los medios, por eso hay redundancia.
- Cuando se habla que la TV del Gobierno Central solamente hablará del gobierno, la del poder económico defenderá sus negocios se está hablando de una **inferencia inmediata**, por lo que se sacan conclusiones al decir que la situación de los medios está orientada a sus beneficios.

En la edición 121 del mes de julio se apunta sobre: LA CUENCA AMAZÓNICA. Donde se hace una descripción y bondades de esta parte del mundo, para luego exponer las ventajas enmarcadas entre lo bueno que se hace para conservarla, emitiendo criterios sobre la forma en que se viene ayudando por parte de sus autoridades para la conservación, cuidado y mantenimiento.

Dentro de este marco se apunta los problemas que se dan como la contaminación, exponiendo salidas posibles para frenarla, desde sugerir alternativas que permitan detener la proliferación de fenómenos que condenan al planeta, así como la hibridación cultural y aculturación como el fin de las entidades amazónicas y la



propuesta OTCA que fomenta y propicia proyectos de eco-turismo como una salida que se expone al final.

- **Alta Referencialidad.**
- Existe en este texto **predicaciones de cualificación**, se da una versión muy conservacionista de nuestros recursos y naturaleza, se usa calificativos para decir que somos poseedores de una riqueza incalculable, de una vegetación muy variada, y da una descripción de cuál es la actividad de la OTCA, para ayudar sobre todo al crecimiento de la niñez, con planes y manejos adecuados.
- Al existir mucha información sobre el tema, porcentajes propuestos, al usar para el escrito muchos datos que nos acercan a las bondades de la OTCA y de la forma como aprovechar los recursos sin explotarlos inadecuadamente, estamos hablando de una **alta referencialidad**. No hay indicios de información falsa ni muestras de tratar de ocultar la información.
- **Tipificaciones:** Brasil, Bolivia, Guyana, Venezuela, Perú y Surinam.
- Al ser una propuesta para mejorar las condiciones de vida de las personas, al no discrepar con nada estamos hablando de **relaciones de armonía**.

En este texto se usan estrategias de Superficie como:

- **Personalización:** Mensaje dirigido a las personas de la amazonía.
- Se **redunda** mucho en gran parte del texto en la necesidad de cuidar nuestro medio ambiente.

En la publicación 123 de Agosto, en primera instancia se hace una crítica al sistema de Bomberos de la provincia a raíz de un hecho que cobró la vida de un conductor en el río Paute, luego de que el carro en donde viajaba fuera a parar al río, pasando más de cuatro horas en el sin que llegara ningún ente de socorro. Se cuenta en forma de crónica como este desafortunado ciudadano desapareció en el



río junto a su carro. Culmina con un reclamo frontal de la forma como los bomberos de la provincia no fueron capaces de socorrer al individuo, argumentando algunas necesidades de este ente de socorro.

- Al redactar en forma de crónica el hecho de la muerte de este personaje en las aguas del río, existe una **predicación de acción**. Se da una versión muy apegada a la lamentable realidad del cuerpo de bomberos en muchas partes del país. Mientras en otros lados si se presenta una adecuada infraestructura para socorro, acá en Morona Santiago no.
- **Alta Referencialidad:** Se dan muchos puntos de vista para que los lectores piensen que si fue culpa de la acción desafortunada y lenta de los elementos de socorro. Elementos como: el tiempo que paso para que llegue la ayuda, la falta de equipo y personal de apoyo, la falta rápida de asistencia.
- **Tipificaciones:** 911 y bomberos.
- Existe en este texto marcadas **relaciones de oposición**. Oposición al sistema de socorro de la provincia. Se confronta con las autoridades, ya que según el autor del escrito, es hora de que las autoridades recién electas pongan interés en estas necesidades.

Algunos ejemplos de estrategias de superficie:

- Si se habla de la mala actuación de los bomberos se atribuye que en toda la provincia son malos y que no tiene la capacidad de atención a la ciudadanía, se habla entonces de una **generalización**.
- Se **redunda** en muchos momentos del tema sobre la necesidad de implementación de nuevos equipos para los bomberos, también sobre la atención urgente que las autoridades, sobre todo las nuevas deben dar.
- **Comparación:** En algún momento del texto se compara a nuestro sistema de socorro con el de los estados unidos, apuntando que en ese país se mueve hasta helicópteros para salvar una vida animal.



- **Inferencia Inmediata:** Se concluye en forma muy acelerada sobre la necesidad de mejorar el sistema de socorro.

En la edición 125 de Septiembre con el título: ENTRE LAS PROMESAS Y EL NERVIOSISMO, se realiza una breve reseña de la actividad financiera del país en los últimos meses y la forma como el Gobierno y el sistema financiero han actuado para evitar el feriado bancario. También se expone con datos puntuales temas como reformas tributarias, reformas a la Ley de Tránsito y discrepancias en el manejo de fondos públicos.

- Hay **predicaciones de calidad** entre ellas: -el fisco recibió USD 20000 millones por el alza del precio del crudo-, el país acumuló es menos de USD 700 millones-.
- Si nos referimos a la **referencialidad**, es **alta**. Esto se debe a que el texto es largo y contiene la información necesaria para llegar al centro del tema que es evaluar la actividad económica, algunos cambios en la ley de seguridad financiera y citar el nerviosismo sobre un posible feriado bancario.
- **Tipificaciones:** Rafael Correa, Gobierno, Banco Central, IESS.
- Existe en este escrito **relaciones de armonía**, no agrede a nadie, no está en contra de nadie ni de ninguna institución, argumenta mediante datos e información la realidad de un sistema en el país.

Algunos ejemplos de estrategias de superficie.

- El discurso va dirigido a los encargados de expedir la ley financiera y las reformas tributarias, a los gerentes de los bancos, el mismo Gobierno Nacional; en fin, la forma como estas instituciones han actuado últimamente.
- Hay **inferencia inmediata** al tratar de persuadir que el sistema financiero de nuestro país está mal, se dan indicios y conclusiones negativas.



En el mes de Octubre, edición 127, el Dr. Hernán Montenegro, expone la paz como un requisito y camino para la felicidad, llegando con esto inculpar al Gobierno Nacional, responsabilizando de la entrega de concesiones para la explotación de los recursos no renovables. Apunta la mala decisión al tratar de cerrar Radio La Voz de Arutam. Indicando que es una radio que sirve para llegar con el mensaje oportuno y en su lengua a la gente Shuar y que por medio de esta radio se enteran de lo que pasa en la provincia y las discrepancias que se han generado por la posición dura del presidente.

- Con apoyo en la constitución el autor, da **predicaciones de acción**, ya que describe formas de dejar que los medios sigan en su actividad.
- **Alta referencialidad:** La idea de que la constitución garantiza el derecho a opinar libremente, lleva al autor a defender esta tesis, argumentando que se debe dejar participar a la población en las instancias de diálogo y concertación.
- Hay una **relación de oposición**, pero no conflictiva, en contra del presidente del Ecuador.

Algunos ejemplos de Estrategias de Superficie:

- **Universalización:** Todos queremos paz.
- **Tópicos:** Gobierno, radio Arutam, constitución.
- El discurso busca apoyar los intereses de la comunicación regional. Se **personaliza** de la realidad provincial y sus necesidades en la información, especial Shuar.
- **Redundancia:** Aporta muchos criterios en contra de la decisión del presidente por cerrar el medio radial.
- **Comparación:** Se compara dos sistemas o formas de pensar sobre la comunicación, por un lado la organización Shuar y la otra la del gobierno.



En la edición 129 de noviembre el Dr. Hernán Montenegro escribe sobre EL ESTADO CONSTITUCIONAL ABSORBIDO POR EL CENTRALISMO. Basándose en un art. de la constitución indica la forma como se manipula la constitución al argumentar que se trata de un centralismo que busca competencias sobre: educación, minería, petróleos, etc. Desde su punto de vista dice que en la amazonía la gente está bien informada para hacer contra al sistema extractivo que se busca implantar, a sabiendas que ir sobre la constitución en un estado constitucional es una tiranía moderna.

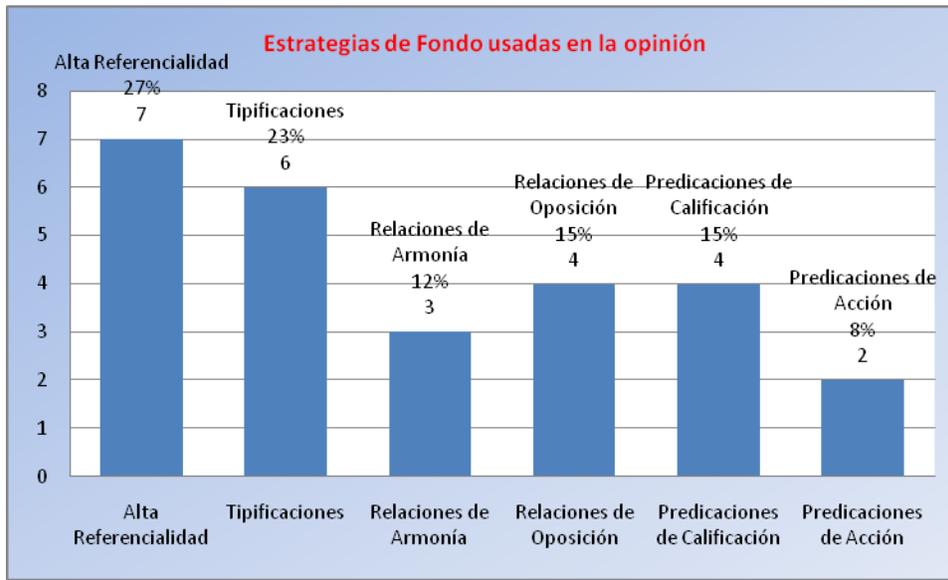
- **Predicaciones de cualificación:** Se habla de que los amazónicos somos desinformados. Se fabrica un mapa de predicaciones con las instituciones como la UNE, Fisch, Estado, Gobierno.
- **Alta Referencialidad.**
- **Tipificaciones:** UNE, Carta Magna.
- **Relación de oposición:** Demuestra una posición de oposición al centralismo.

Algunos ejemplos de estrategias de superficie.

- Se **generaliza** el mal uso de los recursos a anteriores presidentes, esto genera desconfianza.
- **Tópicos:** UNE, Carta Magna.
- **Redundancia:** Se repite mucho la idea insistir al presidente que brinde atención a la gente de la amazonía.
- Con los datos planteados para llegar al tema la **inferencia inmediata** concluye en que las decisiones tomadas por el presidente afectan a la amazonía.

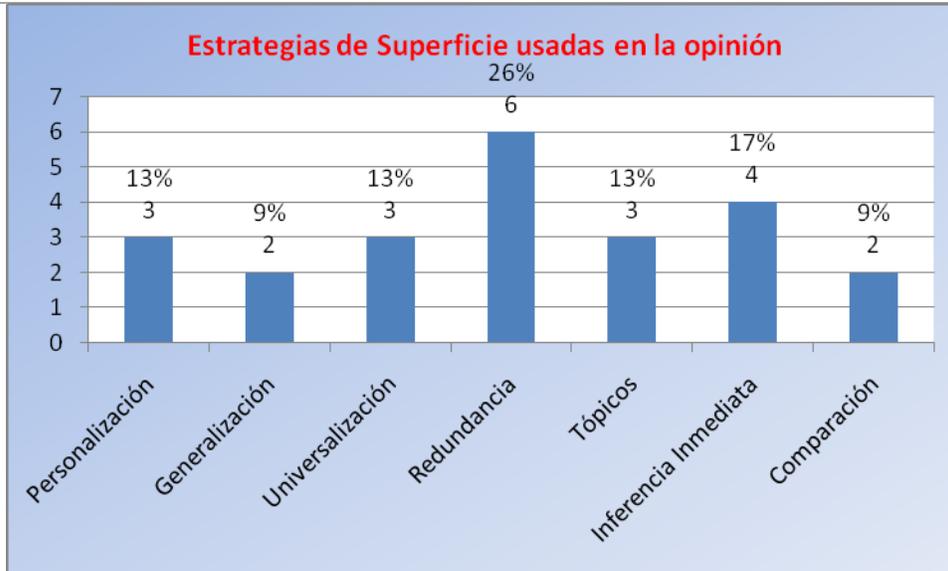
En el siguiente cuadro se muestra el espacio usado para publicar los editoriales en el segmento de opinión. De acuerdo a las Estrategias de Fondo. Se considera la alta referencialidad como una de las estrategias más usadas con un 27%, mientras que la menos se usa son las predicaciones de acción con el 8%.

Cuadro N.- 4



En el siguiente cuadro se muestra el espacio usado para publicar los editoriales en el segmento de opinión. De acuerdo a las Estrategias de Fondo. Se considera la redundancia como una de las estrategias más usadas con un 26%, mientras que la menos se usa son la generalización y comparación con el 9%.

Cuadro n.- 5



SEMENARIO LA RANDIMPA, SEGMENTO OPINIÓN.

En la publicación número 22, semana del 30 de abril al 8 de mayo, una estudiante del Colegio Río Santiago de Limón opina sobre un tema juvenil que llama a la reflexión, es sobre la pérdida de valores y la adopción de modas y estereotipos. Invitando a los maestros de la provincia a no solo formar estudiantes excelentes académicamente sino llenarlos de valores, ya que de nada sirve un título si estamos vacíos espiritualmente.

- **Predicaciones de Cualificación:** somos ignorantes, decadencia de valores.
- **Predicaciones de Acción:** Vamos a marcar la diferencia.
- **Baja Referencialidad:** Es un mensaje que va dirigido a crear conciencia en algunos estudiantes y profesores, pero no da la información necesaria para lograr su cometido. Pero no tiene la intención de ocultar información.
- Hay una cierta **relación de oposición** con el sistema educativo y la forma de actuar de algunos jóvenes.



Algunos ejemplos de estrategias de Superficie:

- **Universalización:** Todos, Todos somos iguales.
- **Generalización:** Una experiencia negativa con algún estudiante burlón, todos son iguales.
- **Personalización:** Discurso dirigido a estudiantes y maestros en especial.
- **Comparación:** Antes y ahora personas con gran decadencia de valores.
- **Inferencia Inmediata:** Se dan indicios para concluir diciendo que es necesario cambiar de actitud frente a la vida en especial los jóvenes.

En la edición 26, semana del 31 de mayo al 6 de junio, en el segmento opinión con el titular: UNA BOMBA DE TIEMPO, el Sr. Marco Alulema Miranda deja notar su preocupación por la problemática local, escribiendo sobre la necesidad de revisar el sistema de alcantarillado de la ciudad de Macas, ya que a decir del medio se está sobre una posible bomba de tiempo ya que el sistema de alcantarillado ha sido construido hace 30 años. Se propone una salida la cual es un estudio completo y la posibilidad de que con financiamiento internacional y la gestión de las autoridades no permitan que se hunda la ciudad, respaldado con datos que se expone sobre el crecimiento poblacional.

- **Predicaciones de Cualificación:** Se describe la situación de las alcantarillas en mal estado. Se describe el sistema de agua para la ciudad.
- **Predicaciones de Acción:** Da pautas para solucionar el problema.
- **Baja referencialidad:** El autor trata de decir que estamos en peligro pero no argumenta datos precisos para demostrar esa tesis.
- **Tipificaciones:** Municipio, Macas.
- **Relación de Oposición:** Se opone en cierta manera a la mala administración que no hacen nada para solucionar este problema.

Algunos ejemplos de Estrategias de Superficie:



- **Personalización:** Discurso dirigido a los encargados de la planificación en la ciudad de Macas
- **Tópico:** Piedra de tope.
- **Comparación:** Se compara a la ciudad como un abomba de tiempo.
- **Sinécdoque:** Se alude a la mala administración y perspectiva por la mala forma en que está el sistema de alcantarillado.
- **Inferencia Inmediata:** Se concluye en decir que las autoridades no han hecho nada ya que pueden ser lamentables las pérdidas.

En la semana del 28 de junio al 04 de julio, edición número 30, con el tema POSIBLE EXPLORACIÓN MINERA, se expone en el segmento opinión, que en las cadenas sabatinas del presidente, se procedió con la firma de un convenio entre el Estado y una empresa chilena para la exploración minera; y en un lapso de 4 años una posible explotación de alrededor de 20 áreas con recursos entre oro y cobre. Se apunta que es necesario estar alertas sobre esta firma e informarse sobre estos temas para que así no se nos manipule, sabiendo que en tiempos atrás se tuvo problemas con empresas mineras que no tienen su plan de manejo claro.

- **Predicaciones de Acción:** Debemos estar atentos.
- **Alta referencialidad:** Expone un solo apunte del tratado que se firmo para la exploración minera y se basa en una declaración dada por el presidente.
- **Tipificaciones:** Minería, Morona Santiago.
- Existe en este escrito **Relaciones de Armonía**, ya que no confronta con nadie más bien llama a estar alertas.

Algunos ejemplos de estrategias de Superficie:

- **Universalización:** Debemos estar atentos.
- **Generalización:** Existieron ya experiencias negativas de la presencia minera.



- **Personalización:** Mensaje dirigido a la población de Morona Santiago, para cuidar los recursos naturales.
- **Despersonalización:** Nuestros recursos naturales son incontables.
- **Inferencia Inmediata:** Se concluye en decir que debemos estar alertas para no dejar explotar irracionalmente nuestros recursos.

En la edición número 34, semana del 25 de julio al 1 de agosto, se apunta sobre LA TRONCAL AMAZÓNICA. Aquí Alfonso Coronel da en un principio consideraciones y las ventajas necesarias para las arterias viales en especial la Troncal Amazónica que va desde Sucumbíos hasta Balsas en Chinchipe, las implicancias que esta vía tiene así mismo la forma en que el gobierno viene trabajando para mejorar la vida de las personas en todo sentido.

- **Predicaciones de Cualificación:** Da una versión de la situación de la vialidad en la provincia considerándola como buena.
- **Predicaciones de Acción:** Nos invita a aprovechar esta vía para mejorar el vivir.
- **Alta Referencialidad:** Da muchos datos como las empresas que trabajan, las distancias, actividades que se pueden hacer.
- **Tipificaciones:** Zamora, Morona, CAF.
- Existe **relaciones de armonía** ya que no confronta, ni con las empresas trabajadoras, ni con las autoridades.

Algunos ejemplos de Estrategias de Superficie:

- **Generalización:** Toda la vialidad está bien, no todas las vías están bien.
- **Tópicos:** Zamora, Morona.
- **Despersonalización:** Es una realidad. Debe ser la norma.
- **Redundancia:** En varios momentos del mensaje se apunta sobre el trabajo del Gobierno por mejorar la vialidad en la provincia por primera vez.



- **Sentido de oportunidad:** Se usó para ensalzar el trabajo de las empresas constructoras.

En la edición 39 se escribe sobre la REGENERACIÓN URBANA en la ciudad de Macas, haciendo un recuento de las actividades que algunas administraciones han realizado para mejorar la circulación en las calles y los lugares para la actividad turística, mostrando la necesidad de emprender y prontamente un plan que proponga la regeneración urbana entendiéndose como tal reconstrucción de veredas, calles y adecuación de lugares para la recreación.

- **Predicaciones de Cualificación:** Cambio en la forma de regenerar la ciudad.
- **Predicaciones de Acción:** que aportó para cambiar la urbanidad el anterior alcalde.
- **Baja Referencialidad:** No aporta con la suficiente información para que la gente comprenda la necesidad de emprender acciones para el turismo, ya que ese es el mensaje principal.
- **Tipificaciones:** Baños de Agua Santa, Macas.
- Hay **Relaciones de Armonía** al proponer cambios pero sin confrontar, echando la culpa si a alguien; pero sin confrontar demasiado.

Algunos ejemplos de estrategias de Superficie:

- **Personalización:** Discurso dirigido a la conciencia de las personas y autoridades para mejorar la imagen de la ciudad.
- **Despersonalización:** “necesitamos dotar a las ciudades de las comodidades...”
- **Redundancia:** Se redundaba sobre la necesidad de adaptar lugares turísticos en la provincia.
- **Comparación:** Se compara y se pretende llegar a ser como Baños de Agua Santa.



- **Sinécdote:** Se alude al deterioro de los parques y el mal uso de jardines.
- **Inferencia Inmediata:** La conclusión a la que llega el autor es que se necesita un proyecto de mejoramiento para la regeneración urbana.

En la edición 44 de la semana del 3 al 9 de octubre con el tema: PARO, UNA LECCIÓN MAS PARA APRENDER el Sr. Franklin Galarza Guzmán comenta sobre los hechos suscitados los días anteriores en lo referente al paro y la muerte de Bosco Wisuma, profesor que falleció en el puente sobre el río Upano, es una lección para aprender dice, tras indicar que siempre los ecuatorianos estamos acostumbrados a esperar que algo pase para luego asustarnos y tratar recién de buscar soluciones.

- **Predicaciones de Cualificación:** Al decir no somos torpes e ignorantes hay una versión de nosotros.
- **Predicaciones de Acción:** Se da pautas a la ciudadanía y a las autoridades para mejorar la situación del país.
- **Alta Referencialidad:** Si se habla de que no es necesario estar en paros ni huelgas para mejorar la situación del país, el autor da los puntos en contra necesarios para no caer de nuevo en lo mismo.
- **Tipificaciones:** Albert Einstein.
- **Relación de Oposición:** Se opone a la forma en los ecuatorianos estamos acostumbrados a protestar por todo y no nos ponemos a trabajar con sentido común. No confronta.

Algunos ejemplos de Relaciones de Superficie:

- **Generalización:** Cuando el autor dice: “siempre hacemos lo mismo” y “somos medio raros”.
- **Despersonalización:** “es hora de unirnos como buenos ecuatorianos”, “pensemos que nosotros somos la materia prima”.
- **Comparación:** Compara a los asambleístas con los tramitadores.



- **Tópicos:** “los derechos de uno termina, donde inician los del otro.

En la edición 48 de la semana del 31 de octubre al 6 de noviembre el Sr. Edmundo Samaniego escribe con el titular EL CUCO NO ES TAN FEO, una semana a pasado desde la toma de las vías y la muerte de Bosco Wisuma y continúan los cometarios y puntos de vista sobre esta actividad de repercusiones a nivel nacional, en esta vez el texto estuvo dirigido a buscar el discernimiento entre las actividades que están bien socialmente, por un lado la posición dura de las organizaciones Shuar y por otro lado la aplicación de la fuerza por parte de la policía, a manera de cronología se hace referencia a estos temas importantes con trascendencia nacional.

- **Predicaciones de Cualificación:** Da una versión de cómo eran las jerarquías en el Imperio Romano.
- **Predicaciones de Acción:** Nos invita a poner entereza para hacer las cosas.
- Tiene **Baja Referencialidad:** Necesita más argumentos para acercarse más al tema tratado que es trabajar por el bien común.
- **Tipificaciones:** SI SE PUEDE, El hombre.
- Hay **relaciones de armonía**, por que critica si a la forma de administración, pero no confronta con algo o alguien.

Algunos ejemplos de Estrategias de Superficie:

- **Tópicos:** No hay verdad absoluta.
- **Despersonalización:** Se trata de concordar en que “el poder es una delegación para poder actuar en función de otros”.
- **Redundancia:** Se reduda al insistir que es deber de la ciudadanía cambiar de actitud y mejorar.



- **Inferencia Inmediata:** Se pretende hacer que los lectores cambien de actitud y nos pongamos a trabajar en lo nuestro.

En la edición número 52 del 26 de noviembre al 4 de diciembre se escribe sobre la necesidad de organización frente a la delincuencia que está incrementándose en la ciudad de Macas y la provincia. Una serie de hechos que fueron seguidos muy de cerca por el informativo dieron paso a una reunión general para frenar la delincuencia. Estos hechos en resumen se apuntan en este editorial que tiene el objetivo de buscar una solución a la delincuencia.

- **Predicaciones de Cualificación:** Se da una versión de cómo estuvo la reunión para parar la delincuencia en Macas. Da una descripción de la realidad en la que vivimos.
- **Predicaciones de Acción:** “es necesario entender que la solución al problema, pasa por asumir una posición firme y de acción”.
- **Alta Referencialidad:** Se utiliza varias acciones que se deberían hacer para frenar la delincuencia y las conclusiones de la reunión.
- **Tipificaciones:** Macas.
- Existe **relaciones de armonía**, porque culpa si, a las autoridades, pero no confronta con ellas.

Algunos ejemplos de Estrategias de Superficie:

- **Universalización:** “estamos todos invitados a participar en una Jornada Juvenil.
- **Tópicos:** Macas, Barrios.
- **Redundancia:** Repite muchas veces la falta de seguridad en la ciudad. Repite la necesidad de organización.
- **Comparación:** Compara a una ciudad anteriormente tranquila y una actual con delincuencia e inseguridad.



- **Inferencia Inmediata:** Se dan detalles e indicios de que en la ciudad abunda la delincuencia, con el fin de que las autoridades y la población misma actúe.

Luego de la noticia de que posiblemente se ejecute la decisión del presidente de la república en cerrar radio Arutam muchos fueron los puntos de vista sobre este tema, en la edición número 57 de la semana del 2 a 8 de enero, se apunta sobre la necesidad de que se mantenga esta radio de propiedad de la Federación Interprovincial de Centros Shuar, que se mantenga en el aire por la facilidad en llegar a los lugares más lejanos, especialmente a los pueblos Shuar de la frontera.

- **Predicaciones de Cualificación:** Narra el cierre de Radio Arutam y sus implicaciones.
- **Predicaciones de Acción:** Actividades que se dieron y se deben realizar para mejorar la comunicación en la provincia.
- **Alta Referencialidad:** Propone los datos necesarios; como la gente que necesita de esta radio para apoyar su permanencia en el aire.
- **Tipificaciones:** Radio Arutam.
- Existen **relaciones de oposición**, al tratarse de una confrontación con la actitud del presidente del Ecuador y la propuesta de defender los intereses de la radio.

Algunos ejemplos de Estrategias de Superficie:

- **Generalización:** Se acusa a toda la federación Shaur por los actos de violencia.
- **Tópicos:** Tiwintza, Taisha.
- **Sinécdote:** Se alude la mala actuación del presidente a raíz de la propuesta de cerrar radio Arutam.
- **Despersonalización:** “indicó el presidente”, “Apunta contra el presidente y su forma de gobernar”.



- **Inferencia Inmediata:** Se dan detalles, datos de la mala decisión del presidente para tratar de sacar del aire a un medio y se concluye que es necesario que siga transmitiendo su programación.

Un resumen de la EPOPEYA DEL CENEPA Y LA PAZ DE ITAMARATÍ se aborda en la edición 61 de la semana del 30 de enero al 5 de febrero en donde se hace acotación a la hazaña de los héroes del Cenepa y la guía para la firma de la Paz, se hace una alusión a los héroes Shuar en la piel de los IWIAS.

- **Predicaciones de Cualificación:** Hace un resumen de la forma como se dio la guerra en 1998.
- **Predicaciones de Acción:** “en Macas organizaron una gran concertación de paz”.
- **Alta referencialidad:** El autor de este escrito da a conocer todos los argumentos para que luego de tantos años de la firma de la Paz, nos mantengamos alertas a ciertas conveniencias de hoy, como las mineras.
- **Tipificaciones:** Paz, Guerra.
- Existen **relaciones de oposición:** Se está en contra de la decisión de una paz con intereses de tierras y recursos. Se está en contra de las autoridades que firmaron la paz en esas condiciones.

Algunos ejemplos de Estrategias de Superficie:

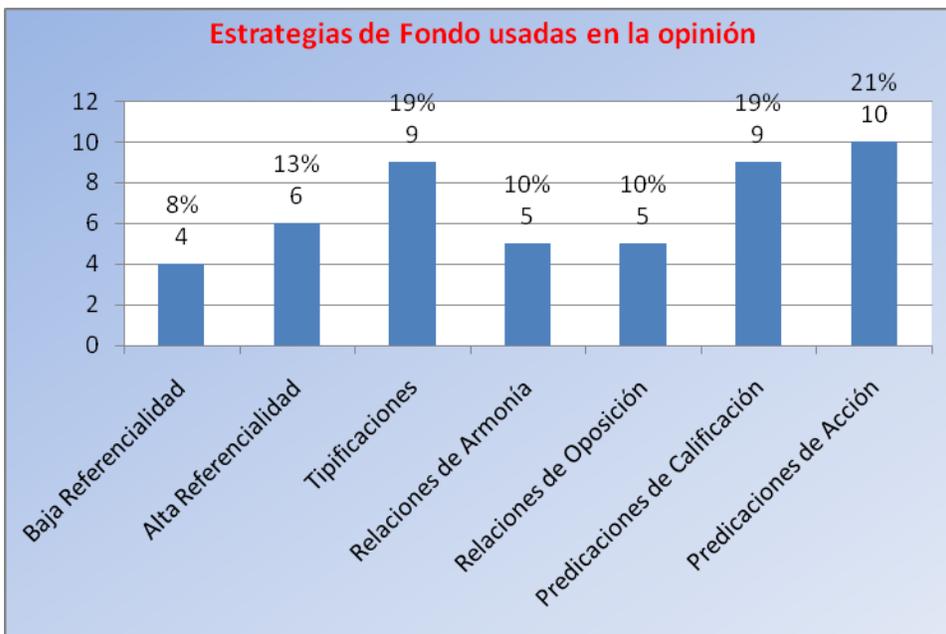
- **Generalización:** Mala experiencia con las empresas mineras.
- **Tópicos:** Frontera, Macas, Itamaraty.
- **Despersonalización:** “en su ambición no les importará destruir la biodiversidad”.
- **Comparación:** Compara en un momento la ciudad en paz y cuando se estaba en guerra con el Perú.



- **Inferencia Inmediata:** Trata de llegar a las personas, aprovechando el mensaje de la paz en segundo momento para crear conciencia del cuidado con las transnacionales.

En el siguiente cuadro se muestra el espacio usado para publicar los editoriales en el segmento de opinión. De acuerdo a las Estrategias de Fondo. Se considera las predicaciones de acción como una de las estrategias más usadas con el 21%, mientras que la que menos usada es la baja referencialidad, 8%.

Cuadro n.- 6

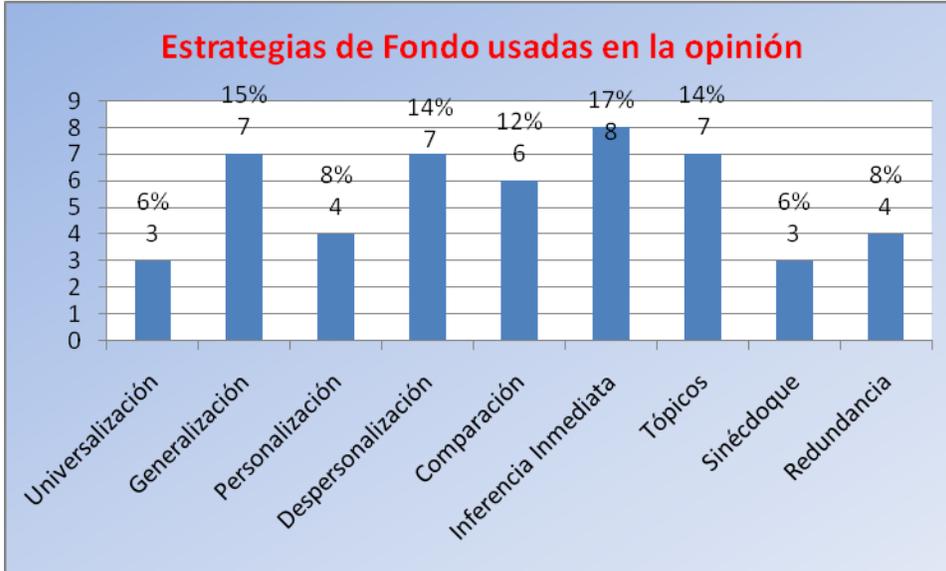


En el siguiente cuadro se muestra el espacio usado para publicar los editoriales en el segmento de opinión. De acuerdo a las Estrategias de Superficie. Se considera



la inferencia inmediata como una de las estrategias más usadas con el 17%, mientras que la menos usada es la sinécdoque, 6%.

Cuadro n.- 7



3.- Descripción Metodológica

Ante la dificultad de resumir la crónica, objetivos, funciones, misión, etc. de los medios impresos de comunicación del sur de Morona Santiago, el presente documento se ha limitado a exponer algunos puntos fundamentales obtenidos de este estudio diagnóstico que se ha realizado. El objetivo de dicho estudio es el de conocer la situación actual de los medios y aclarar si aportan para el desarrollo de los cantones del sur con información actual, análisis crítico de la realidad, criterios fundamentados y reales, soluciones o alternativas a problemas sociales, etc.

Se aplicó una metodología basada en el análisis de 2 medios escritos provinciales, en este sentido solamente el Municipio del cantón Limón Indanza, cuenta con un medio escrito institucional. Consecuentemente la muestra abarca 1766 personas,



que representan el 3.90 % del total de habitantes de los cantones del sur, es un referente válido que refleja la situación provincial.

Para cumplir con los ítems: Estudio especial de la página editorial, en su extensión, número de noticias, ubicación del artículo dentro de la página y género en la comprobación de las hipótesis, se han escogido 10 ejemplares del Informativo La Frontera y 10 ejemplares del Semanario La Randimpa correspondientes al inicio de cada mes, desde mayo del 2009 a febrero del 2010.

En la encuesta se consideraron estudiantes, amas de casa, empleados públicos, particulares y padres de familia. El escrito resultante habla de un total de 885 varones que representa el 59 % de entrevistados y de 881 mujeres con el 49 %. Un total de 2 informativos, el 100 % de medios escritos del sur de la provincia. Vale la pena citar la presencia de medios que durante la investigación han ido apareciendo como el caso del informativo “El Observador” con sede en Macas, que para marzo del 2010, incursionó con un tiraje representativo en Limón, pero que no cuenta con la acogida necesaria, ni noticias del cantón. Caso exitoso el del informativo institucional escrito de la Municipalidad del Cantón Limón, el cual se destacan por su impacto en la ciudadanía debido a su involucramiento en la problemática social y la búsqueda de soluciones, de igual manera por su forma peculiar de vivir y presentar el día a día de su gente con notas en donde participa con sus comentarios y opiniones, por su periodicidad, cobertura, contenidos y tiraje.

Dentro el orden histórico, debe señalarse que los medios impresos surgen formalmente en Morona Santiago, en el año 2006 con la aparición del primer Informativo que sigue en la actualidad como es el caso de “La Frontera”. Los primeros textos informativos aparecieron en las llamadas relaciones, hojas, volantes, traslados y noticias.



El progreso de la información se ha acelerado de manera vertiginosa a causa de las innovaciones tecnológicas. Actualmente, las nuevas tecnologías basadas en redes globales de la comunicación se suman a la expansión de la prensa escrita. A partir de tal expansión, los medios impresos se les asignan y asumen las funciones de: información y socialización, motivación para perseguir los objetivos de la sociedad, debate y diálogo, educación, promoción y difusión cultural, esparcimiento e integración a la colectividad.

Al hablar de la presencia de medios institucionales, se ha procurado contar con un órgano informativo institucional en los respectivos municipios pero debido a la carencia de un departamento de comunicación y el interés por socializar la información de manera eficaz no se los realiza, salvo el caso ya mencionado. Los 2 medios escritos analizados que son privados presentan un editorial que cumple la misión de difundir el quehacer de la sociedad en general, variedad política, acontecer deportivo, la transmisión de la cultura nacional y universal, por nombrar pocos ejemplos. Sus ediciones están sustentadas por la libertad de escribir y publicar. Asimismo, se fundamentan en sus propias leyes orgánicas, Estatuto General de Decreto de Creación, los Planes y Programas de Desarrollo del país.

El nombre de los medios impresos, se relaciona de acuerdo al convivir diario. La Randimpa es una palabra muy usada en el argot macabeo para nombrar a las mingas o encuentros que se hacían con más ahínco años atrás, en donde predominaba el compartir sobre todo de la comida, haciendo una mesa común entre los participantes. La Frontera hace eco a la situación geográfica, más aun cuando surgió en época cercana al conflicto con el Perú.

La Randimpa y Tribuna Local, cuentan con página web; en ella se promueven y difunden las principales noticias e informaciones con su respectiva fotografía.



De los 2 medios provinciales se puede decir que estos, excepto Tribuna Local, por tratarse de un informativo institucional, han creado un consejo editorial que regula el contenido de las temáticas y en general de las publicaciones. Con el fin de ampliar su cobertura y llegar a un número mayor de lectores y respaldar su calidad editorial y volumen de tiraje, se está en proceso de estandarización (entiéndase estandarización como algo que han conseguido medios nacionales como El Comercio y el Mercurio, quienes a más de constituirse como diarios, presentan suplementos, amplia cobertura, gran equipo humano, etc...) para conseguir consolidarse, con lo que pueden ser identificados a nivel regional.

Respecto a la instancia de la profesionalización, la investigación encontró que, en La Frontera trabaja su director el Sr. Marcelo Noguera, reconocido comunicador social con título profesional y cuenta con un área de comunicación social, es decir; corresponsales, reporteros, editor, mesa de redacción, equipo productor, diseñadores, etc. En La Randimpa se está en proceso de profesionalización y en Tribuna Local, se trabaja con Relaciones Públicas como tal.

Sustantivamente, los medios privados funcionan como un vínculo entre las autoridades, instituciones educativas, de desarrollo, etc, y la sociedad. Tribuna Local, tiene como propósito el ser un enlace oficial con los medios noticiosos, fortalecer la imagen institucional, cantonal y facilitar la comunicación entre los miembros e instancias de la comunidad de Limón.

Basándonos en los equipos de gestión, se deduce que los medios escritos son poco equiparables entre si y se proponen objetivos y expectativas distintas. Ello se debe al hecho de que las personas que dirigen los medios impresos, configuran un órgano de administración con perfiles sumamente variados en política, número,



administración, similares objetivos, visión y misión. Además, este personal presenta también divergencias en cuanto a experiencia con medios impresos, perfil académico y profesional, de ahí las variantes en sus expectativas.

A continuación se puntualizan algunos datos que clarifican la situación actual de los medios impresos analizados:

- El costo por ejemplar se modifica según el papel, la tinta, el tiraje y otras variables que intervienen en la edición del medio impreso, sin embargo, en un sondeo breve, las personas advierten que los costos son elevados para el tipo de información en comparación con los pocos medios nacionales que llegan a los cantones, sin embargo existen lugares a donde no llegan medios nacionales como el caso del Cantón San Juan Bosco.
- En cuanto a la distribución de los ejemplares, se apunta que existe regularidad en la entrega de manera quincenal y semanal respectivamente. El 7% de las personas encuestadas, mencionan desconocer de la existencia de los medios provinciales, no han leído la información que ofrece La Randimpa y Frontera.
- Los 2 medios privados efectúan tirajes entre 5.000 a 7.000 ejemplares, mientras que Tribuna Local realiza un tiraje de 1.000 ejemplares.
- Entre los objetivos de estas asociaciones figura el establecer y fortalecerse como un ente comunicador e informador, involucrado con la sociedad, la problemática social, establecimiento y fortalecimiento de políticas que mejoren la situación de vida de las personas y por supuesto el sustento económico. Logrando con los espacios en los medios; personas informadas, con conciencia crítica de la realidad y generar discrepancias, más no polémica y enconos tras la información obtenida.



- Respecto a las formas de producción, diagramación de los medios, sus directores manifestaron que la realizan de manera propia y su impresión la realizan en la ciudad de Cuenca, debido a la carencia de una imprenta local que abarate costos, manteniendo un sistema similar en cuanto a la diagramación, tratando de ser más ilustrativos.
- Hay un punto que necesariamente debe exaltarse: las limitaciones que enfrentan los directivos de estos medios para sus ediciones. Al respecto se argumentan problemas presupuestales; problemas debido a la falta de información suficiente y oportuna en algunos de los casos; faltan políticas institucionales para el desarrollo de los medios impresos, etc.
- Finalmente, cabe señalar que los medios investigados cuentan con una diversidad de expectativas y proyectos a corto, mediano y largo plazo, que en suma se concretan en metas más altas, como: ampliar la cobertura, hasta lograr el ámbito nacional; incrementar su tiraje, intensificar el impacto social y académico de las publicaciones, imprimir a color, contar con un suplemento editorial y como éstas, muchas más que fueron captadas por el estudio diagnóstico elaborado sobre los medios impresos en el sur de la Provincia de Morona Santiago.

3.1.- Marco Espacial y Temporal

3.1.1.- Justificación y Muestreo

Se ha anunciado que para la formulación de la muestra se ha utilizado el Muestreo Aleatorio Simple que en el libro: “Introducción a las técnicas de Investigación Social” de Ezequiel Ander-Egg dice: “El muestreo aleatorio simple constituye la base de todo muestreo probalístico; consiste en que cada elemento tiene la misma probabilidad de ser escogido directamente como parte de la muestra”²⁵.

²⁵ Introducción a las técnicas de Investigación Social” de Ezequiel Ander-Egg, Editorial Humitas, sexta edición, pag. 85.



El muestreo que se lo realizó en base de encuestas a 1766 personas de los 4 cantones del sur de la provincia de Morona Santiago: Santiago de Méndez, Limón Indanza, San Juan Bosco y Gualaquiza”.

Se realizó el escogitamiento de la muestra mediante el sistema por cuotas ya que se adapta al tipo de investigación atendiendo al número proporcional de cantones o grupo de personas integrantes total del universo, asignando un porcentaje según el siguiente cuadro:

Cuadro 2.

CANTÓN	POBLACIÓN	PORCENTAJE	MUESTRA
Gualaquiza	15.288	5 %	764 personas
San Juan Bosco	4.038	2 %	81 personas
Limón Indanza	11.500	3 %	345 personas
Santiago de Méndez	14.412	4 %	576 personas
TOTAL	45.238		1766 Personas

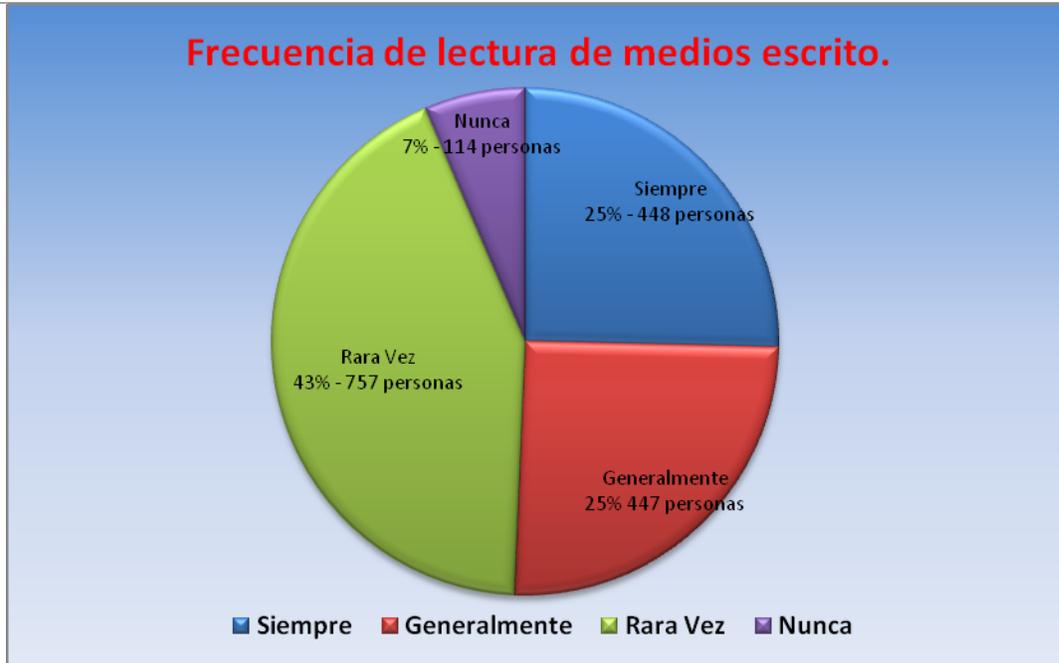
Las personas encuestadas en los cuatro cantones fueron 1766, distribuidas entre varones y mujeres, dando un total de 885 varones y 881 mujeres. La mayoría fueron personas mayores de edad: padres de familia y ejecutivos. Se realizaron en los 4 cantones visitas puerta a puerta en gran parte de las cabeceras cantonales. En las visitas a los centros educativos superiores se envió los cuestionarios a los hogares para que sean llenados por los padres de familia y con los jóvenes de los terceros de bachillerato se hizo el ejercicio de llenado en las aulas de clase.

Cuadro n.- 8



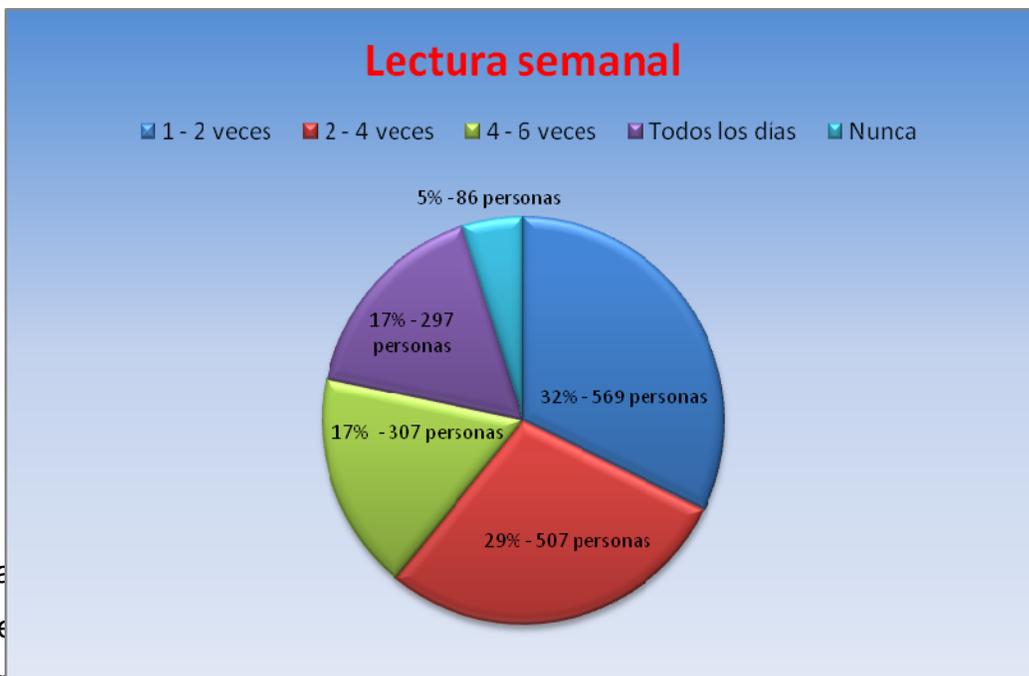
Los parámetros para medir la frecuencia con que las personas leen los medios varía dependiendo de cada cantón, por ejemplo en el cantón San Juan Bosco en donde no llegan medios escritos nacionales se nota la falta de preocupación por la lectura de medios informativos por nombrarlo de esa manera. Es así que el 25%, es decir; 448 personas en forma general siempre están en contacto con un medio escrito, lo leen, analizan y comentan con su familia los hechos noticiosos, usan los medios para incrementar su conocimiento, informarse, enviar críticas a sus editores, trabajos educativos, entretenimiento, etc. 447 personas, que equivale al 25% que generalmente adquieren medios escritos. Los motivos argumentados por muchas personas es que leen muchas de las veces por que les regalan o por que piden para dar un repaso; pero no por el afán de siempre leer o hacerlo costumbre, mientras que el 7% nunca lee medios escritos.

Cuadro n.- 9.



Si se trata de establecer una proporción de lectura semanal el 32%, o sea, 569 personas leen entre 1 y 2 veces al día. 507 personas, el 29%, lo hacen de 2 a 4 veces por semana. 297 encuestados, el 17% todos los días suelen utilizar un medio escrito y 86 personas, el 5% nunca.

Cuadro n.- 10.



De a que emite favor y negativas (en contra) de los medios escritos, es así que 112 personas, el



40%, están muy de acuerdo con los contenidos, el 51%, que son 899 personas coinciden en manifestar que los contenidos que leen no son muy validos para su formación y desarrollo y 115 personas con un 9% no están de acuerdo en nada con los contenidos que leen, debido a que argumentan que los medios solo escriben o manifiestan sus contenidos con intereses particulares como: incrementar su economía, su estatutos político, ya que muchos de los directores de los medios han sido candidatos o se parcializan por algún contenido para beneficiar a alguien o algo sin pensar en lo que no vende para sus intereses.

Cuadro n.- 11.



Como ya anotamos en el ítem sobre la presencia de los medios de circulación nacional, pocos son los sectores a donde llegan. Por ejemplo el 31%, es decir; 551 personas simpatizan y se inclinan por adquirir el periódico quiteño, El Comercio. El 22%, 383 personas, compran El Universo. El 19%, 331 ciudadanos ven en El Mercurio la opción mejor para informarse. Muchas son las razones por las que El Extra es uno de los periódicos más vendidos en el Ecuador, razones por demás conocidas y palpables, sensacionalismo, amarillismo, noticias de impacto, cierta vulgaridad... algunos de los factores que hacen que en Morona Santiago el 28%, es decir; 501 personas se inclinen por El Extra para informarse. Cuadro n.- 12.

AUTOR: BY





En base a los medios provinciales las opiniones y criterios variaban de acuerdo a cada cantón, por ejemplo en los cantones San Juan Bosco y Limón; en donde hay los corresponsales fijos del informativo La Randimpa las personas tienen más apego por este, empero; en Santiago La Frontera tiene más acogida, mientras que en Gualaquiza tiene más acogida el informativo que tiene su sede en ese cantón y es El Informativo. En La Randimpa, de los medios evaluados las páginas 5 y 6 son destinadas un 40% para informar acerca de los cantones del sur. En la Frontera, el espacio para informar noticias del Sur es utilizado en su mayoría por sus alcaldes, utilizando una o dos páginas a manera de informe de actividades y obras.

Cuadro n.- 13.



Muchas son la razones por el cual se piensa que los medios escritos aportan con el desarrollo de las personas en sus distintos alcances y orientación, por ejemplo argumentan que se mantienen bien informados el 42,01%, 597 personas. También hay criterios en contra de sus políticas, que a veces exageran la realidad exponen 238 personas, es decir; el 16,75%. No explican bien o les hace falta temas de interés un 14,64%, mientras se sienten informados de los proyectos que piensan o se hacen en las comunidades 117 personas que representa el 8,23%.

Cuadro n.- 14.



Existen en los medios analizados una variedad de temas que se alternan en las distintas ediciones es así que, al preguntarles a los encuestados si habían leído últimamente una noticia vinculada con el desarrollo de los pueblos muchas fueron las respuestas, algunas que están muy en boga por su trascendencia mundial como la minería, pasando por la vialidad hasta deportes en general. Noticias vinculadas con la minería han leído 71 personas que equivale al 3%. Se han publicado muchos temas sobre turismo por lo que han leído 597 personas, que es el 28,29%. Una noticia que llamó mucho la atención por lo esperado del asunto fue la noticia de la firma del contrato con la empresa Hidalgo & Hidalgo para el asfaltado de la vía Gualaceo – Limón que la han leído 286 personas con un 13,55%.

Cuadro n.- 15.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
“IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITOS EN EL DESARROLLO
DE LOS CANTONES DEL SUR DE LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO
(LIMÓN INDANZA, SANTIAGO DE MÉNDEZ, SAN JUAN BOSCO Y GUALAQUIZA)”





3.1.2 Comprobación de Hipótesis

3.1.2.1.- Categorías usadas para la comprobación de la primera hipótesis:

Se logró estudiar en las siguientes categorías: extensión, número de noticias, dirección, ubicación del artículo dentro de la página y género.

3.1.2.2.-Extensión:

En cuanto a la categoría extensión de los espacios en los medios analizados, que en este trabajo fue determinado mediante la técnica del centímetro columna, (éste se obtuvo midiendo el alto de la noticia en centímetros y luego se multiplica por el número de columnas de una página), se encontró que el periódico La Randimpa dedicó espacios determinados en la página 2 a la opinión. En la página 3 a noticias locales que significan desarrollo. En la 4 se utiliza para poner temas de desarrollo o informativos cantonales y La Frontera de igual manera en la página 2 se anota el espacio de opinión sobre temas de desarrollo provincial, críticas constructivas, análisis varios, propuestas, etc, en las páginas 3 y 4 se escriben notas cortas en forma de noticia sobre temas variados.

Mediante la técnica citada se logró establecer que La Randimpa en las 10 ediciones seleccionadas, de 68273,9 centímetros analizados, el 2,85 % abordan temas de desarrollo, entiéndase desarrollo como, noticias vinculadas a problemas sociales en donde se dan soluciones consensuadas, criterios hábiles y viables, sin polemizar ni confundir a los lectores, tomando en cuenta el criterio y diversidad de personas especializadas en el tema tratado, conscientes de la realidad social amazónica, que involucre dentro de sus escritos los puntos de vista de la gente, respete las culturas diversas de la provincia, con pluralismo motive la participación comunitaria y sobre todo de soluciones y no alargue los problemas.

En el cuadro No 17, que a continuación se expone, se puede observar que este porcentaje, se divide de la siguiente manera: Un total de 10 ejemplares analizados con 68273,9 centímetros de espacio total de redacción, correspondientes a 15 secciones, 160 páginas, sólo se lo dedica el 2,85 % al tema de desarrollo.

Cuadro n.- 17.



ANÁLISIS DE CONTENIDO LOS MEDIOS.												
INFORMATIVO LA FRONTERA CORRESPONDIENTES AL INICIO DE CADA MES DESDE MAYO DEL 2009 A FEBRERO DEL 2010.												
EDICIÓN	Edi ción	Edi ción	Edi ción	Edic ión	Edi ción	Edi ción	Edici ón	Edi ción	Edi ción	Edi ción	Edi ción	TOTAL
	117	119	121	123	125	127	129	131	133	135		
ESPACIO TOTAL DE REDACCIÓN EN CENTÍMETROS COLUMNA	6687	6751	7120	6512,5	7012	6586	6300,4		7003	8000		68273,9
SECCIONES	14	14	14	13	14	14	15	15	12	13		15
TOTAL DE PAGINAS ANALIZADAS	16	16	16	16	17	15	16	16	16	16	16	160
EXTENSIÓN DEL ESPACIO DEDICADO AL DESARROLLO DE LOS PUEBLOS.	Info mativo	23	20	15	23	20	20	18	18	16	20	193
	Opi nión	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
	Por centaje	0,34%	0,30%	0,21%	0,35%	0,29%	0,30%	0,29%	0,29%	0,23%	0,25%	2.85 %

Elaboración: El autor

Por su parte el diario La Frontera, de un total de 42741 centímetros analizados, el 4.99 % de la producción total lo dedica al tema del desarrollo.

En el cuadro No 18, que a continuación se expone, se puede observar que este porcentaje, se divide de la siguiente manera: Un total de 10 ejemplares analizados con 42741 centímetros de espacio total de redacción, con 18 secciones, 120 páginas, sólo se lo dedica el 4,99 % al tema de desarrollo.

Cuadro n.- 18



ANÁLISIS DE CONTENIDO LOS MEDIOS.												
INFORMATIVO LA RANDIMPA CORRESPONDIENTES AL INICIO DE CADA MES DESDE MAYO DEL 2009 A FEBRERO DEL 2010.												
EDICIÓN	Edición	Edición	Edición	Edición	Edición	Edición	Edición	Edición	Edición	Edición	TOTAL	
	22	26	30	34	39	44	48	52	57	61		
ESPACIO TOTAL DE REDACCIÓN EN CENTÍMETROS COLUMNA	4603	4520	5010	4500	4211	4720	4300	5720	4305	4722	42741	
SECCIONES	18	18	17	15	18	18	18	18	17	17	18	
TOTAL DE PAGINAS ANALIZADAS	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	120	
EXTENSIÓN DEL ESPACIO DEDICADO AL DESARROLLO DE LOS PUEBLOS.	Informativo	25	24	25	20	24	23	23	22	22	22	230
	Opinión	3	2	2	2	3	3	4	3	2	3	24
	Porcentaje	0,54 %	0,53 %	0,50 %	0,44 %	0,60 %	0,49 %	0,53 %	0,38 %	0,51 %	0,47 %	4,99 %

3.1.2.3.- Número de noticias:

En la categoría número de noticias, analizado en forma general los 10 ejemplares de cada medio, se estableció lo siguiente: La Randimpa, publicó 186 noticias referentes al tema y La Frontera 207. Por lo expuesto, las cifras son considerables, tal como visualmente se puede apreciar en el cuadro siguiente:

Cuadro n.- 19.



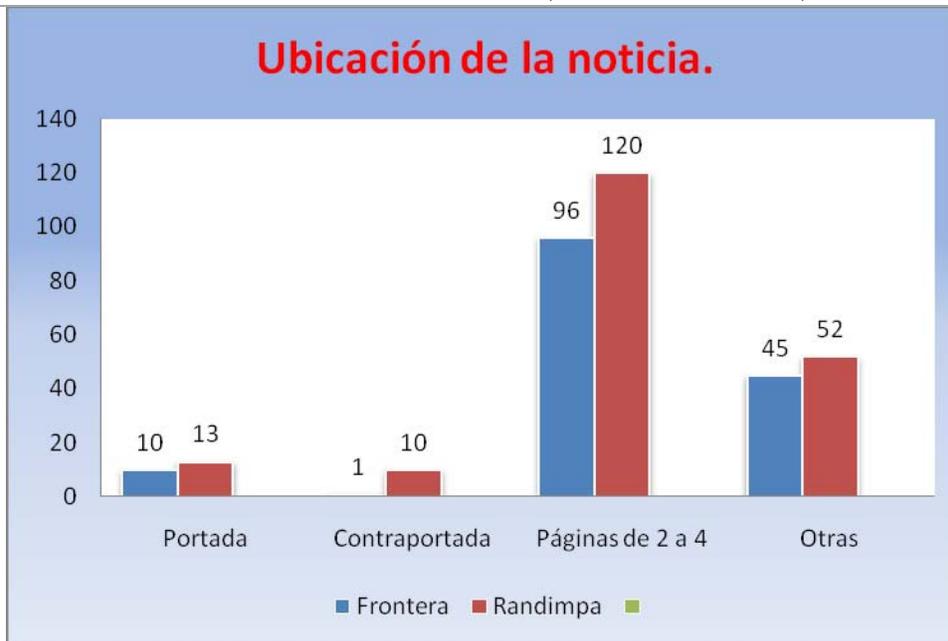
3.1.2.4.- Ubicación del artículo dentro de la página:

En cuanto a la ubicación del artículo dentro de la página, como se aprecia en el cuadro 20, la mayor parte de las informaciones en relación al desarrollo que se presentaron en La Randimpa están ubicadas en las 4 primeras páginas, incluyendo la sección opinión. Las noticias de portada por lo general anotan poca información que la detallan muchas de las veces en su interior. Es así que en la portada se registran 13 textos relacionados al desarrollo, en la contraportada no se usa mucho para presentar textos sobre el tema analizado tan solo 10, en las páginas de la 2 a la 4 120 y en otras 52.

En La Frontera, tal como hemos visto más arriba, el número de noticias es más reducido y en las 3 primeras páginas, esto se debe a que gran parte de sus hojas están ocupadas con anuncios de los gobiernos municipales en forma de publicidad, dando a conocer obras o proyectos cumplidos o por hacer.

De esta forma en la portada hay 10, en contraportada solamente 1, en las páginas de la 2 a la 4 96 y en otras 45.

Cuadro n.- 20.



Según lo indicado, dentro de esta categoría, queda aclarada la importancia que cada periódico le da al tema de desarrollo. En teoría de la comunicación, el principio de la ubicación y la extensión de las noticias tiene su importancia. Se lo relaciona con aquello que se denomina “máximas del espectador”, esto quiere decir que las noticias “que aparecen primero son las más “importantes”, y que, por regla general, son también importantes aquellas a las que se dedica más tiempo. Es de dominio público, que las páginas de noticias, los periódicos y los boletines de noticias se componen teniendo en cuenta su aspecto global o posible efecto, y no son un conjunto de artículos azarosos”²⁶. Por lo tanto, de los estudios realizados se llega a la conclusión de que, en primer lugar, los medios escritos de Morona Santiago demuestran interés por presentar temas de utilidad común, las noticias que se publican tanto de los cantones como provinciales aparte de ser informativas, van orientadas al desarrollo en general. En segundo lugar, se refleja en la ubicación de los espacios dedicados para el desarrollo, generalmente, los de primera plana, dentro del periodismo, revisten de una mayor importancia que los artículos internos, los más extensos que los más cortos, los que se tienen un

²⁶ Denis McQuail, Introducción a la teoría de la comunicación de masas, Editorial Paidós, segunda edición 1991, Barcelona, España, Pág. 273



seguimiento permanente durante un largo tiempo que los que no lo tienen, etc. En este sentido la mayoría de los artículos dedicados al desarrollo están en las páginas interiores, teniendo un desenlace en pocas publicaciones, al ser semanario y quincenal las publicaciones el espacio para su trato respectivo se trata de hacerlo lo más corto posible y en una sola publicación.

3.1.2.5.- Género:

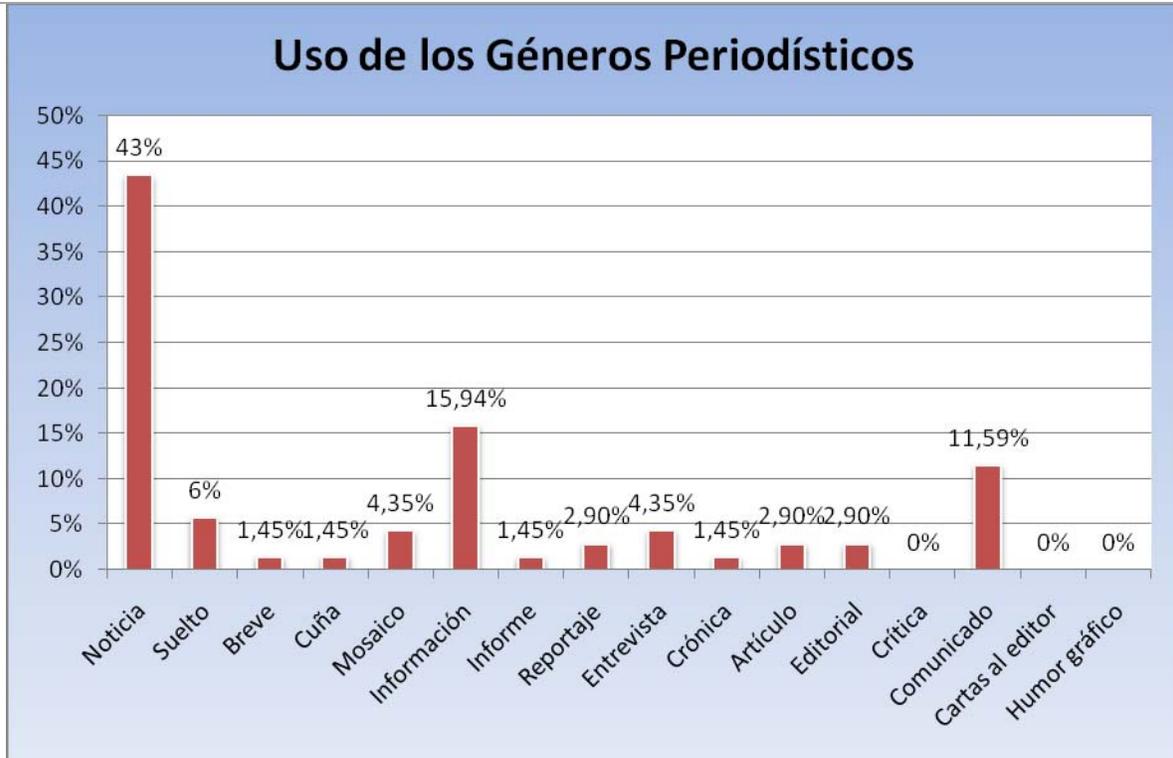
En lo que respecta al género informativo, esto se lo incluyó también como una manera de evaluar el grado de interés de los medios con relación al tema que nos ocupa.

Según Susana Gonzales Reyna, “La comunicación periodística se caracteriza por el uso de distintos tipos de discursos para referirse al acontecimiento. Estas formas discursivas son expresiones lingüísticas que cumplen diferentes propósitos... Según esta disciplina existen varias formas discursivas, entre las cuales interesan para nuestro estudio la exposición, la descripción, la narración y la argumentación”²⁷.

Los dos medios de difusión, se editan en diversos formatos: del análisis realizado en el capítulo 2, estudio especial de la página editorial y origen de la información, entre los 2 medios (10 ejemplares uno al inicio de cada mes, desde mayo del 2009 a febrero del 2010), “señala según los géneros periodísticos que los más usados son la noticia con el 43%, y la información con el 15,94%, un 11,59 son escritos usando la forma de comunicado, mientras que los reportajes son usados en un 2,90%. Los géneros que no son usados son las críticas, cartas al editor y el humor gráfico. Los resultados completos se presentan en el siguiente cuadro.

Cuadro n.- 21.

²⁷ Géneros Periodísticos. Periodismo de Opinión y Discurso, Susana Gonzales Reyna, Editorial Trillas, 1991.



3.1.3.- Categorías usadas para la comprobación de la segunda hipótesis:

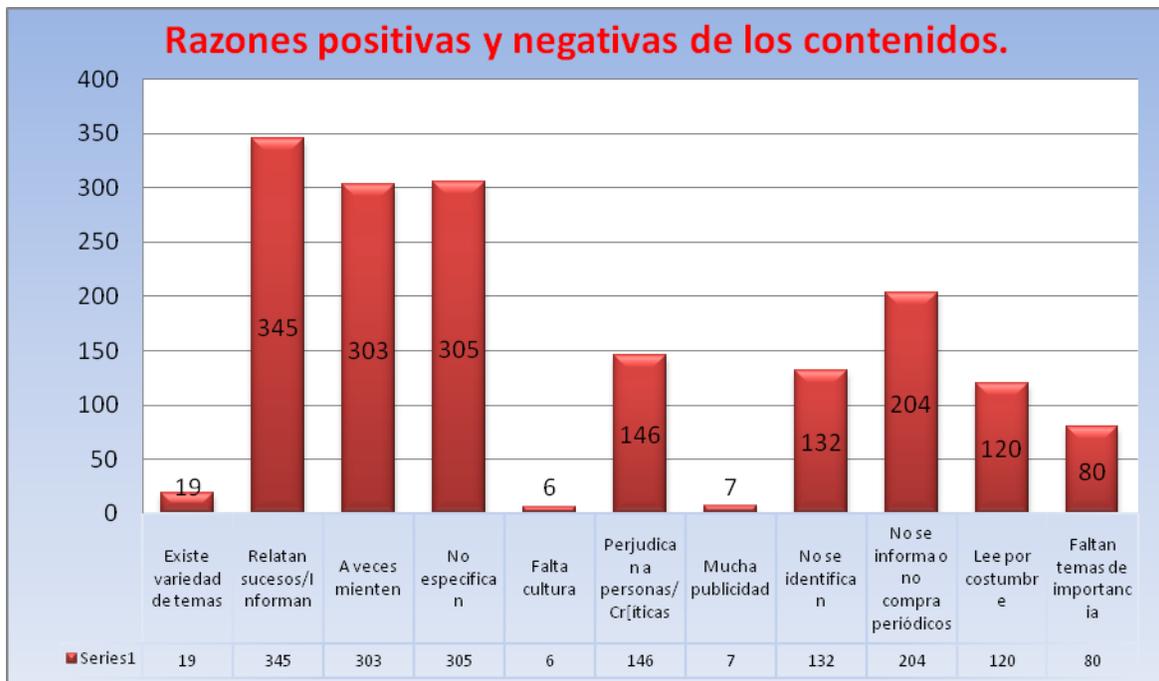
Como lo planteamos en la segunda hipótesis, “el contenido emitido por los medios escritos de Morona Santiago crea una sociedad bien informada y crítica”, se basará en dos momentos, el primero las respuestas de los encuestados y el segundo el análisis de los 2 medios.

Ahora bien, muchas personas argumentan su respuesta sobre estar o no de acuerdo con los contenidos de los medios en una crítica constructiva. Por ejemplo dicen que emiten variedad de temas 19 personas. Existen sucesos que son relatados e informan correctamente, usan argumentos que orientan, 345 personas. Criterios que dan cuenta de falsedades en la redacción de las informaciones, 303 personas, los lectores no tienen un buen nivel de credibilidad en los medios, esto se da también porque se ha creado un mal concepto de la información, a raíz de la pugna entre el ejecutivo y los medios. Hay ocasiones en donde hace falta una mayor investigación y ser más certeros al momento de especificar los datos y verificar las fuentes, por tal motivo 305 personas dicen no entender los contenidos



por falta de especificación. En el ámbito cultural, 6 personas dicen que falta tratamiento en las actividades formativas muy relacionadas con la cultura y sus acepciones. 146 personas establecen que se critica mucho a tal o cual persona, con agravios, ofensas y demás. 7 encuestados argumentan que predominan los espacios para la publicidad. Respecto al manejo de los créditos, 132 entrevistados aducen que hace falta se identifique quien escribe. Un dato que refleja el desinterés de los ciudadanos por la lectura -y que es corroborado por el director de la Casa de la Cultura Núcleo de M.S.- apunta que 204 no compran periódicos ni se interesan por leer. 120 leen solo por costumbre y a 80 personas les hacen falta temas de interés o compran los medios escritos por costumbre y curiosidad.

Cuadro n.- 22.



Si tomamos en cuenta que 345 personas expresan que si se mantienen informados con lo que traen los medios podemos decir que si se está cumpliendo con el objetivo trazado por los medios. Hace falta poner énfasis en la veracidad de las noticias para que no hayan malos entendidos entre la colectividad, al decir que los medios difunden mentiras, crear una consciencia de objetividad, ya que se



argumenta por los encuestados que existe parcialidad al momento de redactar para un informativo.

Hace falta de igual manera especificar y contrastar las fuentes, con diversos criterios, haciendo notar que se investiga a fondo, previo a la publicación final.

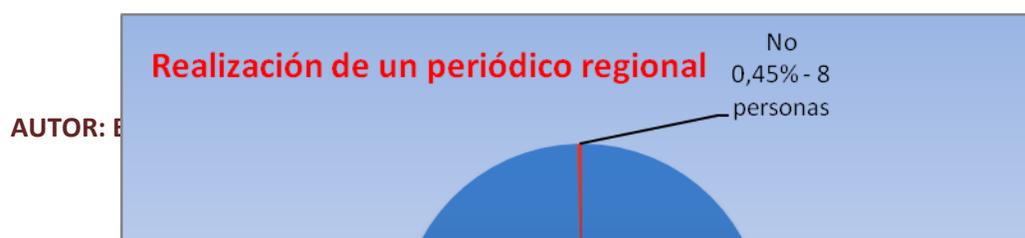
Se necesita poner empeño en la difusión de textos culturales, hacer un seguimiento a temas relacionados a la cultura y todas sus manifestaciones, establecer relación directa con la Casa de la Cultura, departamentos de las municipalidades, movimientos culturales, carteleras y sus actividades.

Es necesario que entre los medios escritos se cree un consejo editorial, con el fin de programar las ediciones de manera que tengan variedad de temas y su seguimiento respectivo.

3.1.4.- Categorías usadas para la comprobación de la tercera hipótesis:

Si bien es cierto con el cuadro N.- 23 se hace fácil interpretar la necesidad de crear un medio regional con cobertura a los 4 cantones del Sur, se basa a las encuestas en donde se preguntó si están de acuerdo en que se elabore un medio de esta naturaleza el 0,45%, es decir; 8 personas de las 1766 encuestadas, se negó a la propuesta de un Informativo del Sur, empero; 1758 personas con un total del 99,55% si esperan que se presente un medio escrito del Sur, aducen que sería muy importante contar con un medio que no solo recoja informaciones del norte de la provincia sino que, se involucre mediante la participación en dicho medio a la gente del Sur, sería una buena oportunidad en los distintos ámbitos para hacernos conocer. En base a estos resultados se aplicará en el siguiente capítulo el proyecto de implementación.

Cuadro 23.





4.-PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN.

INFORMATIVO DEL SUR.

Como resultado²⁸ de las encuestas aplicadas a los habitantes de los cuatro cantones del sur de la provincia (Limón Indanza, Santiago de Méndez, San Juan Bosco y Gualaquiza) y como iniciativa propia al inicio del proceso de investigación, se aplicará un proyecto de implementación que consiste en la creación de un medio de comunicación escrito regional en base a las necesidades de la población; luego del análisis de la investigación de campo, encuestas y entrevistas, es necesario crear un medio escrito para el sur de la provincia.

Con la participación de un grupo de corresponsales y de estudiantes interesados de colegios de los cantones se creará “EL INFORMATIVO DEL SUR”.

INFORMATIVO DEL SUR: El nombre surge como iniciativa de un grupo de amigos. Al estar al sur de la provincia y al tener como objetivo involucrar a sus habitantes este nombre se identifica con la gente. Tratando en lo posible aplicar el sistema de periodismo comunitario.

4.1.- Objetivo.

²⁸ Verificar el cuadro 23 respecto a la necesidad de la presencia de un medio regional con presencia en los cantones del sur de Morona Santiago. 99.55 % a favor.



“Llegar con una propuesta informativa quincenal. Recoger eventos sociales: deportivos, culturales, políticos, colegiales, parroquiales, religiosos, etc... para; mediante imágenes, editoriales, ilustraciones, infografías, entrevistas, testimonios y géneros periodísticos en general entretener, informar y educar a los habitantes del sur de la provincia”.

4.2.- Alcance.

Este informativo tendrá alcance y circulación en los cantones: Méndez, Limón Indanza, San Juan Bosco y Gualaquiza, para lo cual se cuenta con la participación de los cuatro alcaldes, comprometiéndose cada uno a enviar quincenalmente boletines informativos con resultados de sus gestiones y trabajos. Se cuenta también con la participación de personas comprometidas de cada cantón con una preparación previa en lo referente a recolección de información, técnicas periodísticas básicas para enviar las notas para dicho informativo. La sede será en el cantón Limón Indanza. Tendrá un rodaje de 400 ejemplares con un costo de \$ 0.25 ctvs. Será entregada al público de forma quincenal.

4.3.- Desarrollo.

4.3.1.- Target.

- **Quien/Público:** Va dirigido a específicamente a estudiantes (de colegio), amas de casa, ejecutivos, profesores, autoridades, personas en general... Público rebote.
- **Edad:** Comprendidos entre los 15 a los 60 años.
- **Sexo:** Masculino y Femenino.
- **Donde viven:** Cantones del sur de Morona Santiago, sus parroquias y sectores.
- **Clase social:** No se diferencia la clase social.

4.3.2.- Proceso publicitario.

Raúl Rodríguez y Kiko Mera en su libro “Frankenstein y el cirujano plástico”, apuntan que “la publicidad no solamente recurre a las artes clásicas, sino que



segrega su propio arte; spots publicitarios, fotomontajes de las revistas, carteles. Lo cual nos demuestra que toda empresa de capital que tiene necesidad de imágenes acaba por generar su arte... ...es necesario apuntar y pensar que una parte de la belleza artística-estética de la época se encuentra en las páginas publicitarias de las revistas, más fascinantes a nuestros ojos que la parte llamada “de redacción”²⁹

Con esta premisa el proceso publicitario de este diario regional iniciaría con la búsqueda y convencimiento a las casas comerciales, empresas mercantiles, instituciones privadas, públicas, etc... interesadas. Mediante la entrega del respectivo proyecto del informativo se expondrán las ventajas del pautaaje publicitario así como los precios de los respectivos espacios.

Se establecerá un contrato trimestral con las firmas comerciales que accedan a los paquetes publicitarios.

“Puesto que no podemos ni debemos cerrar los ojos delante de la publicidad, puesto que somos solidarios, y a veces beneficiarios, de la imaginación que moviliza, pongamos sus obras entre comillas y vivamos la publicidad como una cita, no como una fatalidad”³⁰.

4.3.4.- Logotipo.



4.3.3.- Diagramación.

²⁹ Raúl Rodríguez – Kiko Mora. Frankenstein y el Cirujano Plástico. U. de Alicante/2002.

³⁰ Roland Bartes. La publicidad omnívora y caníbal - Concepto de Intertextualidad. 2002.

2 Informativo del Sur Por que estar bien informado es un derecho

Lunes 27 julio de 2009 Morona Santiago - Ecuador **INFORM@TIVO DEL SUR** Precio 0.25 cts 12 páginas Edición N-001

Ministro Ortiz, estuvo en Limón Indanza

Este sábado 19 en el espacio cubierto del mercado norte se llevó a cabo un evento muy importante para el cantón Limón Indanza. Con la presencia de manera especial del Ministro de Transporte y Obras Públicas, David Ortiz; el Asambleísta Betoven Chica, la gobernadora Sonia Ortega, representantes del Azuay, autoridades cantonales y locales, se ratificó la firma para que la empresa constructora Hidalgo & Hidalgo empiece, según se indicó desde el mes de enero la reconstrucción de alrededor de 70 kilómetros vial, desde Gualaico hasta Plan de Milagro, con un plazo de 24 meses con un monto aproximado de 26 millones de dólares.

Ante la masiva presencia de muchas personas de varios lugares en primera instancia intervino Tarquino Cajamarca, quien resaltó los atractivos turísticos dando a conocer que hace falta la atención para proyectos que benefician al cantón entero. “Señor Ministro gracias por estar aquí, este pueblo lo recibe con júbilo, porque sabe que es un anillo vial, el más importante por ser la vía más corta de acceso a la provincia... creemos que la carretera Limón – La Unión con salida al Amazonas por el Puerto Morona también sea un requerimiento que vaya tomando peso en esta cartera de estado. Esperamos el asfaltado de la Calle 28 de Mayo y las calles que rodean al esta-

dio” expreso Cajamarca. “Agradecemos por esta gran acogida de la gente en este pueblo tan bello, hemos venido por vía terrestre y hemos palpado la realidad. Se ha invertido cerca de 300 millones de dólares. Para el 7 de mayo del 2010 estará terminado el tramo puente Río Kumtza – Limón, con un ajuste de \$ 771.000.00 adicionales. Para el tramo General Plaza – Plan de Milagro por el Progreso se ha ampliado el plazo para el 18 de diciembre del 2010. Para el tramo Plan de Milagro – San Juan Bosco – Gualaico, se lo ha subido al Portal de Compras Públicas” expreso David Ortiz.



LOCALES



Cientas de personas visitaron la gruta del Niño Emigrante

2 PARROQUIAS



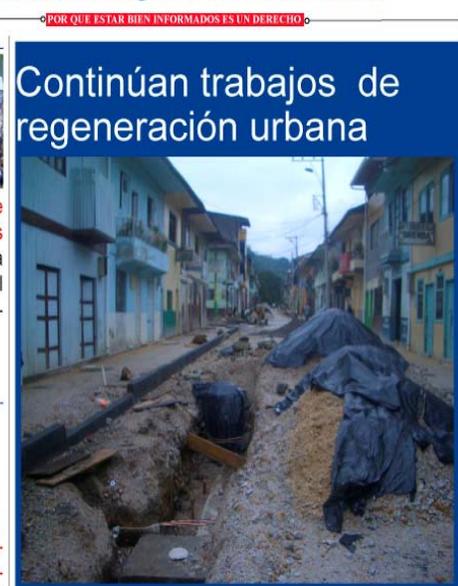
La parroquia Indanza proclamó reina para el periodo 2009 - 2010

4 NACIONAL

Termina plazo para la aprobación de leyes en el congreso

11

Continúan trabajos de regeneración urbana



Para la circulación vehicular está previsto el uso de horarios, permitiendo así que los usuarios de esta calle puedan realizar sus actividades comerciales con normalidad. Las cooperativas de transporte de pasajeros tendrán libre circulación, mientras para transporte pesado como mulas, camiones, trailers no habrá acceso por la calle Quato

3

GRUPO DE PRODUCTOS Y COMPLEMENTOS NATURALES PARA SU SALUD Y BIENESTAR

FOREVER

LOS MEJORES PRODUCTOS Y COMPLEMENTOS NATURALES PARA SU SALUD Y BIENESTAR

Distribuidora: Martha Escobar Velasco

16 De Agosto

Restaurant ENTRE DIENTES

Ofrece:

- * Platos a la Carta
- * Buffet para todo evento social
- * Variedad en bebidas
- * Servicio de Encuentras y venta de pasajes de la Coop. de Trans. 16 de Agosto Dirección: Av. 12 de Diciembre junto a la empresa eléctrica. Telf: 2770-431 086676001

ACCIDENTE

Un auto modelo Cherokee, rojo, fue a parar a las aguas del río Gualaico

DEPORTES

Viva paso a paso las emociones del Campeonato Intersectores

4.3.5.- Puesta en escena.

Se buscará una imprenta que sea en lo posible de la localidad o de la ciudad de Cuenca, debido a la cercanía del centro en donde funcionará la matriz.

La presente propuesta informativa al ser entregada a la ciudadanía en forma quincenal está prevista lanzarla en un evento de inauguración para el inicio del segundo semestre del año 2010.

4.3.6.- Planificación de periodos.

Para lograr este cometido el equipo de reporteros tendrá una reunión mensual en cada cantón respectivamente para evaluar el proceso.



4.3.7.- Evaluación.

4.3.7.1.- Evaluación del proceso de recolección de información.

- Medir si las fuentes han variado y han ido rotando en los reporteros que colaboran con el informativo.
- Evaluar los estilos periodísticos que se utilizan.
- Calcular los errores de apreciación del informativo.

4.3.7.2.- Evaluación de la estrategia publicitaria.

- Controlar los contratos de publicidad con los dueños de las firmas comerciales.
- Verificar y cambiar los modelos de presentación de los diseños de los espacios publicitarios.

4.3.7.3.- Evaluación de la diagramación.

- Mediante observación y contacto directo con los lectores del informativo tratar en lo posible de mejorar hasta lograr una diagramación estándar en los primeros 3 meses de circulación.

4.3.7.4.- Evaluación de los contenidos y su ubicación en el periódico.

- Con observación directa y la comparación con otros medios pero internacionales. Ubicar o reubicar los contenidos: deportivos, educativos, de salud, políticos, económicos, farándula, etc... hasta lograr una ubicación estándar por lo menos para los primeros 2 años.

4.3.7.5.- Talleres de actualización.

- Trabajar en taller de orientación para el grupo humano que va a trabajar en los cantones y parroquias.

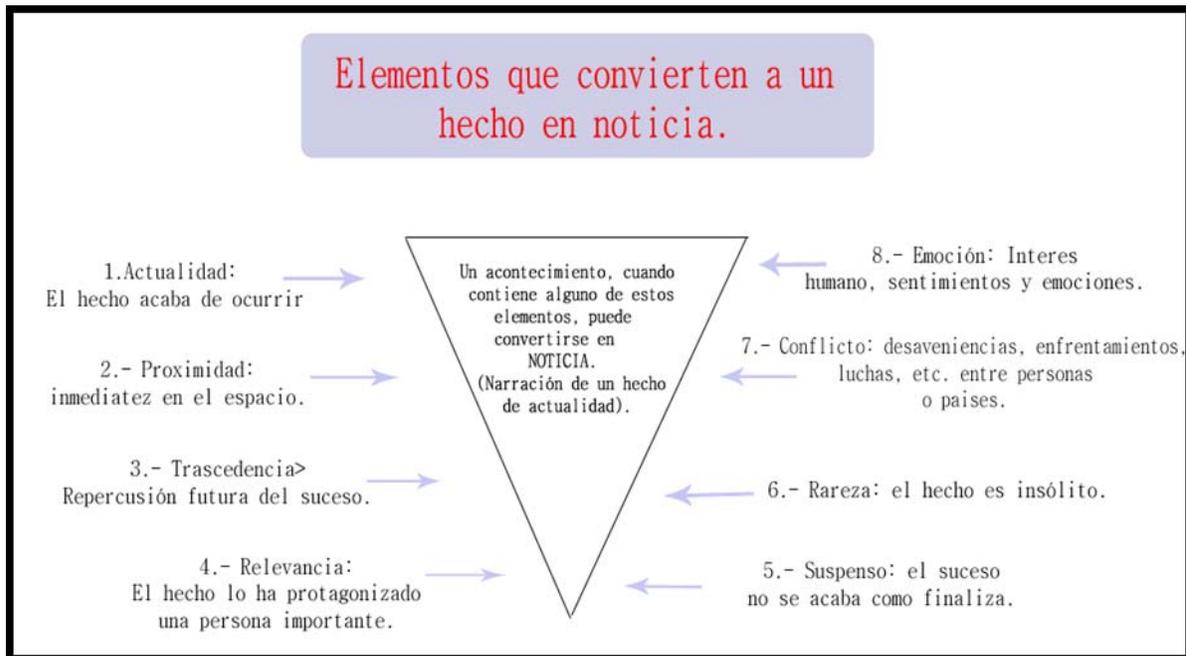
- Buscar de ser posible cada semestre un taller con personal de vasta experiencia para la actualización de contenidos e intercambio de experiencias.

4.4.- Aspectos generales:

- **Cuestiones a tomar en cuenta para la redacción de las noticias:**

En el libro los géneros periodísticos, en lo que hace relación a géneros informativos se apuntan los elementos que convierten a un hecho en noticia. Para la estructura de la noticia en este medio informativo se tomará en cuenta los siguientes cuadros:

Cuadro 24³¹.



³¹ Géneros Informativos. Elementos que convierten un hecho en noticia. Pag. 85.



Cuadro 25 ³²



³² Géneros Informativos. Estructura de la noticia. Pag. 95



5.- Conclusiones y Recomendaciones.

En este capítulo se presentan las conclusiones a las que se llegaron después de haber hecho el análisis y discusión de los resultados obtenidos en la investigación.

También se muestran algunas recomendaciones que en futuras investigaciones pudieran ser tomadas en cuenta.

5.1.- Conclusiones.

- En el contexto histórico de Morona Santiago aparecen como medios escritos que se pueden calificar como tal solamente 2, los cuales los hemos investigado en parte, estos son La Randimpa y La frontera. Existe un enfoque informativo lineado hacia la investigación y crítica de la realidad social, la organización administrativa va dirigida hacia una centralidad de la información y comunicación – mayor cantidad de información y temas son de la capital de provincia-. Los pueblos de Morona Santiago se informan poco por medios escritos de la realidad nacional, prefieren ver los noticieros y escuchar radio. Las tecnologías de la comunicación o Tic's, tan novedosas como las computadoras, los satélites, la televisión por cable e internet van teniendo acogida en los hogares.

Es necesario preguntarnos:

Que contenidos están emitiendo los medios escritos?

Existe balance entre información y publicidad?

Está correctamente preparado el elemento humano que hace comunicación en la provincia?

Se tienen opciones en información?

Cooperan los medios escritos en el crecimiento y desarrollo de la población de Morona Santiago?

- A estas interrogantes respondemos, diciendo que los contenidos emitidos por los medios escritos de Morona Santiago, si tienen en cierta forma el filtro necesario para que por medio de un editor se presente una



información que oriente, deslumbré, cree conciencia sobre tal o cual tema de interés, sobre todo regional. En los medios escritos de la provincia las noticias deportivas, políticas, económicas, hechos delictivos, horóscopo y entretenimiento ocupan espacios definidos y preferenciales, las informaciones científicas, orientadoras y de educación que ayuden a un desarrollo más humano de la colectividad no son consideradas importantes.

- Algunos resultados demuestran que no existe un balance entre publicidad e información, ya que como se puede notar en el análisis mediante la técnica del centímetro columna, en La frontera, por ejemplo utiliza más publicidad que información importante, sin desmerecer los espacios publicitarios. Es indudable que los medios de comunicación tienen el potencial de efectuar importantes contribuciones al cambio de actitudes de miles de personas que están expuestas a los cambios y acontecimientos nacionales y mundiales. Empero, tal contribución no ha rendido en Morona Santiago, por lo pronto, los frutos esperados.
- Es urgente hacer reflexionar a los propietarios de los medios escritos, la importancia que tienen en sus manos al tratarse de orientar e informar a la ciudadanía con información verificada, correcta, imparcial y necesaria. Es necesario que los que están involucrados con la producción de la información, opinión y demás mensajes, de los medios escritos se interesen por presentar informaciones lo más posible pegadas a la realidad, manteniendo los principios de un buen comunicador, inclusive sin ser profesional en la rama.

Si bien es cierto existen dos medios, -no se pide que hayan más por la cantidad de habitantes- que satisfacen la necesidad de información, sin embargo es necesario que estos implementen estrategias para fortalecerse y potenciarse, siendo el reto la búsqueda de una información



contextualizada, veraz y con una continua actualización profesional de quienes producen o generan los contenidos noticiosos: periodistas, reporteros, comentaristas, fotógrafos, editores, etc, quienes estarían en la capacidad de generar información sobre temas relacionados al desarrollo, con mayor conocimiento y que orienten a la población sobre estas temáticas.

- Se nota en la gente el interés por recibir información de la provincia que se vean reflejadas sus necesidades, problemas, actividades, para por medio de la opinión pública poder encontrar soluciones. Los medios escritos en Morona Santiago informan lo necesario para influir directa o indirectamente sobre la vida del lector y la comunidad. Hay información interesante en relación a cultura, sociedad, naturaleza, educación, deportes, política, etc. La modernidad de los medios de comunicación obliga a mejorarlos con infraestructura, tecnológica más adecuada para proporcionar una información oportuna, veraz y objetiva; es necesario utilizar los medios que propone la sociedad del conocimiento, así como fomentar y aumentar el porcentaje de la sociedad que cuenta con las herramientas tecnológicas necesarias para su consulta.



5.2.- Recomendaciones.

- Se sugiere, debido a la naturaleza de la investigación, llevar a cabo un estudio más profundo que recoja y estudie las verdaderas causas por las que el tipo de información que se brinda en la provincia no está muy orientada al crecimiento y desarrollo de los pueblos, pero que si esta dentro de este marco en parte. Al mismo tiempo, descubrir el motivo del por qué los medios escritos analizados no orientan adecuadamente, para en base a eso trazar metas y objetivos que descifren esa realidad.
- Se recomienda ampliamente, a manera de exhortación, que los responsables de los medios escritos se den cuenta el compromiso que tienen y de la forma como usan y aplican las técnicas periodísticas, va a depender alguna actitud y forma de ver la realidad social por parte de sus potenciales lectores, sean estos grandes o chicos.
- Se recomienda equilibrar el espacio destinado dentro de un periódico para información y publicidad.
- Se sugiere implementar una campaña de apoyo y de conciencia sobre la lectura, así como mejorar el trabajo del equipo editor de las informaciones que producen los medios.
- Con la implementación de una conciencia de información, tanto de la forma como se reciben las noticias –lectores, público-, tanto de quienes producen dicha información –redactores, emisores del mensaje-.
- Se propone la creación de un medio escrito con presencia en el sur de la provincia.



Bibliografía.

1. moronasantiago.gov.ec/index.php?nombre_modulo=listar_contenido&op=listar&pagina=1&opcion=98
2. Mariló Hidalgo, Los Medios de Comunicación y el negocio de la guerra, Editorial: Roni Amelan.
3. Sitio web del Ministerio de educación.
<http://recursos.cnice.mec.es/media/prensa/bloque1/index.html>
4. www.turismo.moronasantiago.com.ec
5. Historia política y administrativa de Limón Indanza 1950-1984, Gobierno Municipal de Limón Indanza, Dep. de Cultura, Dic. 2008
6. www.turismo.moronasantiago.gov.ec/index.php?nombre_modulo=listar_contenido
7. Anouk Hoerberichts y Miguel López, Comunicación y Radio para el Desarrollo Local, Guía para la acción, 2001.
8. Prensa e Integración Binacional Ecuador-Peru: Su incidencia en las ciudades de Macas y Cuenca, Diego O. Samaniego Dumas, Cuenca, junio de 2003.
9. moronasantiago.gov.ec/index.php?nombre_modulo=listar_contenido&op=listar&pagina
10. Revista Latinoamericana de comunicación. Códigos de ética de los periodistas. 1995.
11. moronasantiago.gov.ec/index.php?nombre_modulo=listar_contenido&op=listar&pagina-gualquiza
12. Directores de los medios: De La Frontera: Marcelo Noguera. La Randimpa: Edgar Llerena. Director de Visión: Tito Tubay.
13. Revista Latinoamericana de comunicación. Códigos de ética de los periodistas. 1995.
14. Lcdo. Efraín Gómez, director de la Casa de la Cultura, septiembre del 2008.
15. Jürgen Schuldt: Repensando el Desarrollo, Desarrollo Humano: Capacidades y necesidades axiológicas. Pag 72. 1995



16. Discurso dado en la presentación del proyecto local y participativo del Lcdo. Marcelino Chumpí (prefecto de Morona Santiago), en Limón Indanza el 18 de noviembre del 2009
17. Introducción a las técnicas de Investigación Social” de Ezequiel Ander-Egg, Editorial Humitas, sexta edición, pag. 85.
18. Introducción a las técnicas de Investigación Social” de Ezequiel Ander-Egg, Editorial Humitas, sexta edición, pag. 85.
19. Géneros Periodísticos. Periodismo de Opinión y Discurso, Susana Gonzales Reyna, Editorial Trillas, 1991.
- 20.¹ Raúl Rodríguez – Kiko Mora. Frankenstein y el Cirujano Plástico. U. de Alicante/2002.
21. Roland Bartes. La publicidad omnívora y caníbal - Concepto de Intertextualidad. 2002.
22. Géneros Informativos. Elementos que convierten un hecho en noticia.



ANEXOS:

**IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITOS EN EL
 DESARROLLO DE LOS CANTONES DEL SUR DE LA PROVINCIA DE
 MORONA SANTIAGO. (LIMÓN INDANZA, SANTIAGO DE MENDEZ, SAN JUAN
 BOSCO Y GUALAQUIZA)
 ENCUESTA**

Entrevista N: _____ Cantón: _____ Sexo: Masculino: __ Femenino __ Edad: _____

Marque con una X la respuesta que crea correcta.

Pregunta Primera:

1.- Con que frecuencia lee Usted periódicos, revistas o medios escritos?

Siempre: __ Generalmente: __ Rara vez: __ Nunca: __

2.- ¿Cuántas veces a la semana lee periódicos, revistas o medios escritos?

1-2 veces: __ 2-4 veces: __ 4-6 veces: __ Todos los días: __ Nunca: __

3.- ¿Cuánto tiempo al día Usted utiliza para informarse?

Media Hora: __ 1-2 Horas: __ 00 Horas: __

4.- ¿Está Usted de acuerdo con los contenidos que emiten los medios escritos que lee?

Mucho: __ Poco: __ Nada: __

Por

que: _____

—

5.- De los periódicos de circulación nacional que a continuación se detallan. ¿Cuál es de su preferencia? Enumérelos de acuerdo a su importancia. (El Comercio, Universo, Mercurio, Extra)

1.- _____

2.- _____

3.- _____

6.- De los periódicos de circulación provincial que a continuación se detallan. ¿Cuál es de su preferencia? Enumérelos de acuerdo a su importancia. (La Randimpa, Frontera)

1.- _____

2.- _____

3. Otro, especifique _____

7.- Para su formación y crecimiento personal y colectivo. Es buena o mala la presencia de los medios escritos en nuestro cantón.

Buena: __ Mala: __



Por
 que: _____

8.- ¿Lee Usted el material informativo o la alternativa utilizada por su Alcalde para dar a conocer sus actividades?

Si:___ No:___

Por que

lee: _____

Que le parece:

Informan Poco:___ Mucho:___ Nada:___ No hay:___

9.- Cree que debería existir un medio local, con presencia en el sur de la provincia. Cantones Gualaquiza, San Juan Bosco, Limón Indanza y Méndez.

Si:___ No:___

¿Por

qué?: _____

10.- Que temas le hacen falta a los medios escritos que Usted conoce:

Cultura:___ Deporte:___ Farándula:___

Política:___ Economía:___ Ciencia:___

Otros: _____

11.- Cree Usted que los medios apoyan al desarrollo de la provincia:

Mucho:___ Poco:___ Nada:___

12.- Con que regularidad recogen estas informaciones los medios:

Siempre:___ Generalmente:___ Rara vez:___ Nunca:___

14.- Puede Usted señalar alguna noticia que haya leído últimamente relacionada con el desarrollo de los pueblos:

15.- ¿Cuando Usted lee las noticias en los periódicos éstos le informan o le orientan adecuadamente?

Mucho:___ Poco:___ Nada:-___

Porqué _____

Argumente una razón personal por la que Usted cree que no le orientan adecuadamente?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.