



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
Y LA COMUNICACIÓN**

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

MENCIÓN: PERIODISMO

TEMA:

**Edición de un medio de comunicación impreso (revista) sobre los
principales productos agrícolas del cantón Milagro**

AUTORES:

BETHZAIDA LASCANO LEÓN

OSWALDO LEÓN LEÓN

TUTOR:

Lcdo. FRANKLIN MACÍAS ARROYO

Milagro, Noviembre 2011

Ecuador

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor de Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias de la Educación y de la Comunicación de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el Título de: "**Edición de un medio de comunicación impreso (revista) sobre los principales productos agrícolas del cantón Milagro**" presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el Título de Licenciados Comunicación social.

El problema de investigación se refiere a: La falta de información que tiene la ciudadanía sobre los principales productos agrícolas que se cultivan en el cantón Milagro

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentado por los egresados:

Oswaldo Vinicio León León 0922662010

Bethzaida Anabel Lascano León 0923482608

Tutor:



Lic. Franklin Macías Arroyo

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Los Autores Oswaldo Vinicio León León y Bethzaida Anabel Lascano León declaramos que las investigaciones, conclusiones y recomendaciones presentadas en este proyecto son de exclusiva responsabilidad de los autores, y que la UNEMI puede hacer uso de los derechos correspondientes al mismo.



Oswaldo Vinicio León León

C.C. 0922662010



Bethzaida Anabel Lascano León

C.C. 0923482608

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de LICENCIADOS otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA:	CINCUENTA	(50)
DEFENSA ORAL:	CINCUENTA	(50)
TOTAL:	CIEEN	(100)
EQUIVALENTE:	APROBADO	()



PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



PROFESOR – DELEGADO



PROFESOR SECRETARIO

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de LICENCIADOS otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA:	CINCUENTA	(50)
DEFENSA ORAL:	CINCUENTA	(50)
TOTAL:	CIENTO	(100)
EQUIVALENTE:	APROBADO	()



.....
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



.....
PROFESOR – DELEGADO



.....
PROFESOR SECRETARIO

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios nuestro Señor que me ha sabido guiar a través de este largo camino académico y diferentes situaciones que se presentan en la vida.

A mis padres que me han apoyado y me han dado la fuerza necesaria para culminar mis estudios y especial a mis hermanas Estela y Fabiola León que son un pilar fundamental en mi vida.

A mas de ellos mi agradecimiento a las diferentes personas y profesores que han aportado en mi vida y mis estudios académicos.

Oswaldo León

AGRADECIMIENTO

A Dios quien es parte fundamental en mi vida al regalarme la dicha de vivir cada día.

A ese tesoro tan grande que es mi madre.

A cada uno de los licenciados que conforman la carrera de Comunicación Social, que con sus enseñanzas descubrí lo maravilloso e interesante del ejercicio periodístico y poco a poco fueron inyectando en mí el deseo de ser una profesional en esta carrera.

A nuestro tutor que con mucha paciencia y dedicación nos guio para cumplir con la presentación de este proyecto, y a mi compañero de tesis Oswaldo León quien ha sido para mí un amigo incondicional.

Bethzaida Lascano León

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a todos mis familiares en especial a mi madre Piedad León que es quien guía mi camino, a mi padre Luis León, a mis hermanos y sobrinos que alegran y enorgullecen cada día mi familia

Oswaldo León

DEDICATORIA

Con el amor más profundo y puro le dedico este trabajo mi madre Mariana León, por ser mi pilar de motivación y fortaleza la que necesite a lo largo de esta etapa de mi vida.

A los 4 miembros de mi hermosa familia que se convirtieron en el mejor apoyo que pude obtener. Y que estoy segura seguiré recibiendo

Bethzaida Lascano León

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Doctor

Rómulo Minchala Murillo

RECTOR DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

Presente.-

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer entrega de la Cesión de Derechos del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo título es: "Edición de un medio de comunicación escrito (revista) sobre los principales productos agrícolas del cantón Milagro" y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias de la Educación y de la Comunicación

Milagro, Noviembre de 2011



Oswaldo Vinicio León León

C.C. 0922662010



Bethzaida Anabel Lascano León

C.C. 0923482608

ÍNDICE GENERAL

Carátula	i
Certificación de aceptación del tutor	ii
Declaración de auditoría	iii
Certificación de defensa	iv
Agradecimiento	v
Dedicatoria	vi
Cesión de derechos de autor	viii
Índice general	ix
Índice de gráficos	xii
Índice de cuadros	xiii
Resumen	xiv
Abstract	xv
Introducción	1

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema	3
1.1.1 Problematización	3
1.1.2 Delimitación del problema	4
1.1.3 Formulación del problema	4
1.1.4 Sistematización del problema	5
1.1.5 Determinación del tema	6
1.2 Objetivos	6
1.2.1 Objetivo general de la investigación	6
1.2.2 Objetivos específicos de la investigación	6
1.3 Justificación	6

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 Marco Teórico	8
2.1.1 Antecedente histórico	8

2.1.2	Antecedentes Referenciales	16
	Fundamentación Científica	17
	Fundamentación Sociológica	18
	Fundamentación Legal	18
2.2	Marco conceptual	23
2.3	Hipótesis y variables	39
2.3.1	Hipótesis general	39
2.3.2	Hipótesis particulares	40
2.3.3	Declaración de variables	40
2.3.4	Operacionalización de las variables	40

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1	Tipo y diseño de investigación y su perspectiva general	42
3.2	Población y muestra	43
3.2.1	Características de la población	43
3.2.2	Delimitación de la población	43
3.2.3	Tipo de muestra	43
3.2.4	Tamaño de la muestra	44
3.2.5	Proceso de selección	44
3.3	Métodos y técnicas	44
3.4	El tratamiento estadístico de la información	46

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1	Análisis de la situación actual	47
4.2	Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectiva	53
4.3	Resultado	54
4.4	Verificación de hipótesis	54

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1	Tema	57
5.2	Fundamentación	57
5.3	Justificación	58
5.4	Objetivos	59
5.4.1	Objetivo general de la propuesta	59
5.4.2	Objetivos específicos de la propuesta	59
5.5	Ubicación	59

5.7.2	Recursos, análisis financiero	60
5.7.3	Impacto	62
5.7.4	Cronograma	63
5.7.5	Lineamiento para evaluar la propuesta	64
	Conclusiones	65
	Recomendaciones	66
	Linografía	67
	Bibliografía	68
	Anexos	69

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figuras	Pág.
1: El origen de la prensa amarilla	11
2: Tipos de revistas	15
3: El azúcar	26
4: Siembra y cosecha de la caña de azúcar	27
5: Mapa de los ingenios azucareros del Ecuador	28
6: Productos derivados de la caña	29
7: Cacao en diferentes presentaciones	30
8: Banano en estado maduro	33
9: Piña en su estado natural	35
10: Grafico de localización productiva	36
11: Viveros	37
12: Mapa del cantón Milagro	59

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadros	Pág.
1: Delimitación del problema	4
2: Características del problema	4
3: Productos agrícolas del cantón Milagro	26
4: Criterio y características para un vivero	38
5: Operacionalización de las variables	40
6: Tipos de investigación	42
7: Resultados	47
8: estadísticas	48
9: Resultados	48
10: Estadísticas	49
11: Resultados	49
12: Estadísticas	50
13: Resultados	50
14: Estadísticas	51
15: Resultados	51
16: Estadísticas	52
17: Resultados	53
18: Estadísticas	53
19: Verificación de la hipótesis	54
20: Ubicación	59
21: Actividades	60
22: Gastos de sueldos	61
23: Gastos de recursos tecnológicos	61
24: Gastos de infraestructura	62
25: Recursos financieros	62
26: Cronograma	63

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA: CIENCIAS DE EDUCACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN

Edición de un medio de comunicación escrito (revista) sobre los principales productos agrícolas del cantón Milagro

Autores: Oswaldo León León

Bethzaida Lascano León

Tutor: Lic. Franklin Macías Arroyo

RESUMEN

Vivimos la era de la comunicación moderna, donde es muy común oír hablar de redes sociales, computadoras, tecnologías, que tienen gran trascendencia a nivel mundial y local, pero pasan a ser parte de nuestro vivir, sin embargo a través de la comunicación moderna obviamos detalles que son fundamentales en nuestras vidas como son los sembríos que se cultivan en nuestra ciudad y forman parte de nuestra existencia tanto en lo alimenticio como en lo económico. Es en este punto nace nuestra propuesta edición de una revista llamada Agromilagro que tiene como propósito investigar y difundir información a la ciudadanía milagreña dando importancia a los productos tradicionales del cantón como son: piña, caña de azúcar, banano, cacao y los viveros que día a día se convierten en parte de la economía de milagro. Es así como enfocamos nuestro trabajo a realizar lo aprendido en las aulas y empezar a practicar el ejercicio periodístico. Para ser factible este proyecto realizamos varios métodos para tener mayor conocimiento y fundamento acerca de las necesidades que tiene la población milagreña en cuanto a la desinformación acerca de la agricultura. Estas necesidades las fuimos conociendo en el proceso de investigación, a más de conocer por medio de los profesionales como influye la agricultura en la población.

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA: CIENCIAS DE EDUCACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN

Editing a written media (magazine) on the main agricultural products of the canton

Miracle

Autores: Oswaldo Vinicio León León

Bethzaida Anabel Lascano León

Tutor: Lic. Franklin Macías Arroyo

ABSTRACT

We live in the era of modern communication, which is very common to hear about social networking, computers, technologies that have great significance to global and local level, but become part of our lives, but through modern communication we miss details that are central to our lives as are the crops that are grown in our city and are part of our existence both as food and economically. At this point comes our proposed publication of a magazine called Agromilagro which aims to investigate and disseminate information to the public milagreña giving importance to the traditional products of the canton as: pineapple, sugar cane, bananas, cocoa and day nurseries by day become part of the miracle economy. This is how we approach our work to make what they learn in the classroom and start practicing the exercise of journalism. To be feasible this project did several methods have greater knowledge and rationale about the needs of the population has milagreña regarding misinformation about agriculture. They got to know the needs in the research process, more than known by professionals and agricultural influences on the population.

Introducción

El cantón San Francisco de Milagro se encuentra ubicado en el centro- Este de la provincia del Guayas en la república del Ecuador, a 40 kilómetros de Guayaquil. Cuenta con una extensión de 403.60 km², su temperatura oscila entre los 27 a 36 grados centígrados, tiene clima tropical húmedo y su altura máxima es de 13.06 metros sobre el nivel del mar. Además por todo su territorio atraviesa el río Milagro con una extensión de 40 kilómetros hasta su desembocadura al río Yaguachi. Además de varios esteros como; Belin, Las Damas.

En la actualidad, Milagro se encuentra limitado al norte por los cantones Jujan y Simón Bolívar; al sur por el cantón Yaguachi; al este por los cantones de Naranjito y Simón Bolívar; al oeste por la ciudad de Yaguachi y está distribuido geográficamente en 4 parroquias urbanas; Camilo Andrade, Los Chirijos, Coronel Enrique Valdez, Ernesto Seminario y 4 parroquias rurales; Roberto Astudillo, Mariscal Sucre, Chobo y Milagro.

También cuenta con 4 rutas de acceso que son:

- Kilometro 26 - Milagro y la autopista Guayaquil – Milagro
- Yaguachi – Milagro

Estas 2 primeras rutas de acceso conectan a nuestra ciudad con Guayaquil

- Naranjito – Milagro

Esta tercera ruta conecta nuestra ciudad con quienes circulan por la región Interandina o Sierra.

- Simón Bolívar - Milagro

Y la cuarta ruta une las poblaciones agrícolas de las provincias del Guayas y Los Ríos.

Estas principales vías de acceso se encuentran en regulares condiciones por las gestiones del Consejo Provincial del Guayas y a las concesionarias que existen en el país.

El cantón Milagro es considerado el primer cantón importante de la provincia del Guayas, escogida como la capital de la quinta región administrativa conformada por Guayas, Santa Elena, Los Ríos y Bolívar por ser una de las ciudades con mayor producción agrícola.

Milagro es conocida principalmente por su intensidad comercial y el desarrollo de su producción agrícola; dentro de éste perímetro se cosecha una gran variedad de productos como; cacao, banano, caña de azúcar, café, arroz y un sin número de viveros de plantas ornamentales, de los cuales realizaremos el estudio correspondiente e informaremos a la ciudadanía sobre la producción que se obtienen y que generan el avance de su economía.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

La producción agrícola de nuestro país es la mayor fuente de trabajo y sostén de la economía de las familias ecuatorianas. El cantón Milagro provincia del Guayas es uno de los pilares agrícolas incluida en esta zona de productividad.

Pero existe una problemática de carácter comunicativo sobre la poca difusión de información, la diversidad de productos agrícolas que se elaboran en nuestra tierra.

El cantón Milagro, ubicado en la Provincia del Guayaquil tiene el privilegio de estar ubicado en un sector importante de la costa y provincias aledañas, convirtiéndose a través del tiempo en una potencia agrícola; siendo su mayor identidad a nivel nacional por su progreso en la agricultura, por su industria azucarera y el flujo comercial de los productos agrícolas como; piñas, caña de azúcar, arroz, banano, cacao, plátano y toda clase de frutas tropicales. Además de los viveros de plantas ornamentales, siendo su tierra idónea para toda clase de cultivos.

Milagro es el mayor productor de caña de azúcar, la Industria Azucarera Valdez gozando de una muy buena posición en el mercado nacional e internacional en la producción de azúcar y sus derivados.

El problema reside porque la urbe, no tiene un medio de comunicación escrito (revista) interno que se dedique a investigar y divulgar todos los hechos noticiosos referentes al quehacer agrícola, que es un generador de la economía.

En la actualidad la comunicación esta globalizada, por lo que es necesario que exista un medio de comunicación escrito local que realce la labor que cumplen los campesinos, profesionales del agro e industrias, para enriquecer el conocimiento de la ciudadanía milagreña que no sabe, no se informa, no demuestra interés o desconoce los productos que se elaboran en su cantón y recintos aledaños, siendo estos la mayor fuente de ingresos económicos.

A más de esto ilustrar sobre los procesos que tienen los productos que se elaboran en nuestro cantón desde su siembra hasta su cosecha.

Estudios realizados dan como resultado que las causas se deberían a que el cantón no se genera iniciativas de visionarios emprendedores que presenten propuestas atractivas para realizar un producto periodístico comunicativo que ayude al crecimiento socio económico de nuestro cantón.

1.1.2 Delimitación del problema

Cuadro 1 Delimitación del problema

Área	Provincia del Guayas Cantón Milagro
Aspecto	Comunicativo
Campo	Social
Tema	Agricultura

1.1.3 Formulación del problema

¿Será necesaria la difusión de información sobre los principales productos agrícolas del cantón Milagro?

Cuadro 2 Características del problema

Delimitado	El problema se concreta a la ciudadanía en general de Milagro, para solucionar el problema que se ha generado por la falta de comunicación en el aspecto agrícola en Milagro; se plantea que este proyecto se efectuará en el transcurso del 2011.
-------------------	--

Concreto	Se puntualiza con claridad las investigaciones realizadas y especifica el punto de interés que empieza desde su origen, por tanto el proyecto precisa los problemas exactos para su mayor comprensión.
Relevante	Se conoce por la importancia de la comunidad a quienes se les debe inculcar la información por un medio de comunicación.
Contextual	El problema se expresa físicamente en los habitantes del cantón Milagro y recintos aledaños.
Original	El proyecto se plantea con una perspectiva innovadora, con temáticas actuales y variables para poder ejecutarlo con éxito.
Factible	Este proyecto expresa su factibilidad en la necesidad de buscar soluciones al problema.

1.1.4 Sistematización del problema

¿Por qué es necesario un medio de comunicación dedicado a la agricultura en el cantón Milagro?

¿Cómo influiría en la ciudadanía la presentación de un medio de comunicación con temáticas agrícola?

¿Por qué en nuestra ciudad no hay información relevante sobre los beneficios de la producción agrícola?

¿Por qué faltan espacios destinados a informar el quehacer agrícola del cantón Milagro?

¿Qué beneficios tendría la presentación de un medio de comunicación para las personas vinculadas a la agricultura en el cantón Milagro?

1.1.5. Determinación del tema

La comunidad de Milagro conoce que existen productos agrícolas, pero no tiene la debida información y conocimiento detallado de las temáticas que se generan de este entorno.

1.1.5. Determinación del tema

La comunidad de Milagro conoce que existen productos agrícolas, pero no tiene la debida información y conocimiento detallado de las temáticas que se generan de este entorno.

Transformándose en un desconocimiento general, limitando la importancia que debería tener la agricultura que es la principal fuente económica de la región.

Por lo cual no se valoriza menos aún y publicita los productos agrícolas con mayor aceptación.

La forma más adecuada es utilizar un medio de comunicación periodístico que cumpla con métodos y factores necesarios para desempeñar un trabajo que trascienda a otras regiones, con el fin de elevar los productos de nuestra tierra.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo general

- ✓ Establecer las necesidades de difusión y orientación en la población sobre los principales productos agrícolas de Milagro, expresando las bondades.

1.2.2 Objetivos específicos

- ✓ **Desarrollar** procesos de investigación para vincular el trabajo productivo y los beneficios que recibe la colectividad al consumir lo que se produce.
- ✓ **Obtener** información sobre la incidencia de la producción agrícola en el cantón Milagro y sus sectores aledaños
- ✓ **Incentivar** el interés de los lectores a una cultura agrícola por ser parte de nuestra identidad

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la investigación

La investigación planteada busca el compromiso de educar, informar y entretener a la comunidad que tienen o deben tener los medios de comunicación, lo creemos necesario ya que tenemos un área agrícola de gran importancia, que muy pocos conocen, la factibilidad es realizar un tipo de trabajo que se ocupe de publicar la información necesaria de las diferentes temáticas agrícolas que tiene Milagro y pueblos aledaños.

En febrero del 2009 el presidente Rafael Correa presentó el Plan Nacional de Desarrollo, denominado Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013,

El Plan cuenta con 12 Estrategias Nacionales; 12 Objetivos Nacionales, cuyo cumplimiento permitirá consolidar el cambio que los ciudadanos y ciudadanas ecuatorianos con el país que anhelamos para el Buen Vivir.

El Plan elaborado por la Secretaria Nacional de Planificación, SENPLADES plantea nuevos retos orientados hacia la materialización y radicalización del proyecto de cambio, a la construcción de un Estado Plurinacional e Intercultural, para finalmente alcanzar el “Buen Vivir” de las y los ecuatorianos.

Uno de los doce objetivos del plan en mención es el de garantizar a la población el ejercicio del derecho a la comunicación libre, intercultural, incluyente, responsable, diversa y participativa, para lo cual el literal D, del artículo 7 establece que se fomentará los medios de comunicación orientados a la circulación de productos educativos y culturales diversos y de calidad. En el literal K, también se establece incentivos para la comunicación alternativa, basada en derechos de la ciudadanía.

Por la situación geográfica, el cantón Milagro establece un punto de anexo importante entre las provincias de Manabí, Bolívar, Azuay, Chimborazo y una parte de los cantones de la provincia del Guayas, por lo que sería ideal en Milagro establecer una investigación de estas características para una mejor información de aquello que ofrece nuestro cantón referente a la agricultura, de esta forma crear mecanismos que ayuden a la superación socioeconómica, creando una mayor unión productiva para programas periodísticos, proyectando al cantón niveles importantes de comercialización, satisfaciendo esta línea periodística y creando nuevas fuentes de empleo.

CAPÍTULO II MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

Historia de la revista.

Se puede partir de las publicaciones periódicas que no fueran solamente informativas, en forma de enciclopedias; sino que hayan incorporado a sus páginas una variedad de lecturas.

Las primeras revistas reunían una gran variedad de material que era de interés para los lectores. Una de las primeras fue una publicación alemana: "Erbauliche Monaths-Unterredungen" (Discusiones Mensuales Edificantes), que apareció entre los años 1663 y 1668. Pronto fueron surgiendo (con cierta periodicidad) más, en otros países de la misma Europa como: Francia, Inglaterra e Italia. En la década de 1670 se dio a conocer al público varias revistas de contenido tenue (o de entretenimiento) y divertidas. La más conocida de todas ellas para esa época fue "Le Mercure Galant", que se conoció en el año de 1672. Más tarde esta cambió de nombre a "Mercure de France".

Convirtiéndose en uno de los medios de mayor demanda, entretenido y consultado por el público en general; cuyo requisito mínimo de comprensión la hace un artículo de fácil uso y difusión.

Publicaciones periódicas

Entre las primeras publicaciones periódicas se encontraban la alemana Erbauliche Monats Unterredungen (1663-1668), la francesa Le Journal des Sçavants (1665, posteriormente rebautizada como Le Journal des Savants) y la inglesa Philosophical Transactions of the Royal Society of London (1665) que eran, esencialmente, colecciones de sumarios (y más tarde ensayos) acerca de temas relacionados con el arte, la literatura y la ciencia. Entre las

más comercializadas de entre las revistas de ensayos del siglo XVIII fueron, quizá, las británicas *The Spectator* (1711-1712, 1714) y *The Idler* (1758-1760).

Publicaciones periódicas del siglo XX

Las publicaciones realizadas generalmente en tendencias políticas y con artículos escritos por eminentes autores y políticos, iniciaron su publicación en Inglaterra a principios del siglo XIX. Jamás destacada fue *Review* (1802-1929), esta fue la más influyente de su época, y contaba entre sus colaboradores con Walter Scott y Thomas Carlyle. En el resto del continente europeo surgieron pronto otras revistas semejantes a ellas, como la francesa *Revue des Deux Mondes* (1829) y la alemana *Literarisches Wochenblatt* (1820-1898).

En España, el periodismo fue escaso en el siglo XIX debido a los gobiernos dictadores lo querían usar para sus conveniencias políticas, Por esta razón se elaboraron revistas literarias, de claras tendencias estilísticas con la diferencia que, expresaban posiciones políticas y en ellas se plasmaron apasionadas polémicas, como la célebre sobre el romanticismo entre *El Europeo* y *El Censor*.

Llegando al cuarto del siglo aparecieron en Inglaterra revistas semanales y mensuales que fueron de gran impacto. Algunas de ellas eran ilustradas, y muchas se solían vender por un precio módico. Entre las más destacadas se encontraban *The Mirror* (1822-1849) y *The Cornhill Magazine* (1860-1939). Esta última, editada en sus comienzos por William Makepeace Thackeray, fue la primera publicación económica que incluyó en sus páginas novelas de escritores contemporáneos por entregas, algunas de las cuales eran del propio Thackeray.

Fue en esa misma época cuando las revistas destinadas a un público femenino comenzaron a acaparar grandes cuotas de mercado, especialmente en los Estados Unidos, donde aparecieron dos publicaciones notables en este terreno y que aún continúan editándose: *Cosmopolitan* (1886) y *Vogue* (1892). La primera revista femenina española fue *La Pensadora Gaditana* en 1767 y la que gozó de más éxito durante el siglo XIX; *El Diario de las Damas*, que apareció en 1833.

Por la segunda mitad del siglo XIX, se publicaron en España varias revistas de gran interés y resonancia en América Latina, entre ellas *Revista Española de Ambos Mundos* (1853-1855) y *La América, Crónica Hispanoamericana* (1857-1886), la gran publicación de Eduardo

Asquerino, así como El Correo de España (1870-1872) y la Revista Hispanoamericana (1881-1882).

Con una modalidad de fuerza a caballo entre ambos siglos se editaron nuevas publicaciones, de amplia difusión en la América hispana: El Imparcial, Revista Hispanoamericana (1867-1930), La Ilustración Española y Americana (1869-1921) y La España Moderna. Revista Iberoamericana (1888-1914), editada por Lázaro Galdeano, entre otras.

En los primeros años del siglo XX, aparecerían en los Estados Unidos revistas representativas de unos gustos literarios algo más exquisitos y de una actitud abiertamente hostil hacia los restos de la estricta moralidad victoriana. Algunas de ellas se publican aún hoy en día, como la mítica VanityFair (1913-1936, renacida en 1983, aunque con una orientación ligeramente diferente) y The New Yorker (1925), una revista con vocación decididamente urbana y en la que caben historietas gráficas, textos literarios de autores contemporáneos e informaciones acerca de hechos relacionados con la ciudad en la que se edita.

Otra de las novedades que aportó el comienzo del siglo XX fue la creación de revistas semanales de actualidad, entre las que se encuentran cuatro que aún continúan publicándose: Time (1923), Newsweek (1933), Life (1936-1972, renacida como mensual en 1978) y Ebony (1946).

En el primer tercio del siglo XX, las revistas españolas tuvieron un floreciente resurgir y entre las más destacadas figuran La Pluma y España, dirigidas por Manuel Azaña o la Revista de Occidente, fundada en 1923 por José Ortega y Gasset y que todavía sigue publicándose. También de esta época procede Blanco y Negro, una revista de información general ligada al diario ABC, en sus orígenes independiente del mismo.

Paralelamente surgirían también numerosas revistas literarias, por lo general de pequeño formato, que realizaron una importantísima labor de promoción de autores poco conocidos pero de gran calidad.

Historia del periodismo

La historia señala como el primer diario en sentido estricto aquel que Julio César hizo colocar en el "Foro Romano" y al cual denominó el *Acta diurna* en el siglo I antes de nuestra era. En la baja Edad Media, las hojas escritas con noticias comerciales y económicas eran muy comunes en las bulliciosas calles de las provincias burguesas. En Venecia, se vendían hojas al precio de una *gaceta* (moneda utilizada en Venecia en el siglo XVI), de las que provienen los nombres de muchos periódicos publicados en la Era Moderna y la Contemporánea.

En los siglos XVIII y XIX, los líderes políticos tomaron conciencia del gran poder que podían tener las gacetas para influir en la población y proliferaron los periódicos de facciones y partidos políticos.

Figura 1 Prensa amarilla



Fuente:<http://es.wikipedia.org/wiki/Archivoyellowkid.jpg>

TheYellowKid, en el origen de la prensa amarilla.

Cuando terminaba ya el siglo XIX, varios empresarios observaron en forma asombrada el potencial comercial del periodismo saliendo en esta etapa las primeras publicaciones parecidas a los diarios actuales. En los Estados Unidos, empresarios como Joseph y WILLIAN RALDOPH crearon grandes diarios destinados a la venta masiva, incorporando novedades como la entrevista dialogada (1836), el suplemento dominical en color (1893) o las tirillas que se producían a diario (1904). Nuevos descubrimientos como el telégrafo facilitaron la obtención y distribución de la noticia, la fotografía comenzó a usarse en la en la publicaciones diarias en 1880. Fue Alemania el primer país que empezó la producción revistas gráficas ilustradas con fotografías.

El periodismo gracias a su lectura y comprensión un estilo redaccional que ha nutrido a numerosos escritores, los cuales formaron parte de sus planteles y se destacaron en sus columnas. También ha creado excelentes, buenos y serios comentaristas en ámbitos social y político, han visitado sus páginas con buenos humoristas y dibujantes. Siendo El periodismo es una profesión riesgosa ya que muchos periodistas han encontrado la muerte en el ejercicio de su profesión. Pero también es considerado por algunos autores como el "cuarto poder" de la democracia (los tres primeros son los que establecen las constituciones modernas: poder ejecutivo, legislativo y judicial).

Tipos de periodismo

Periodismo Turístico

Es una rama muy apetecida por los profesionales en periodismo, ya que es interesante la planta y la infraestructura turística. es capaz de producir un nuevo estilo para posicionar los productos turísticos de una región a través de los medios masivos de comunicación, de esta manera se hace un importante aporte desde la difusión y promoción de eventos y acontecimientos científicos, artísticos y culturales que generan el nacimiento y desplazamiento de corrientes turísticas hacia esos atractivos. En 2009 se conformó la Asociación Internacional de Periodistas y Escritores Latinos de Turismo (VISIÓN) cuyas oficinas en este país se encuentran en la ciudad de Guayaquil, en casi todos los países existen asociaciones que reúnen a los periodistas especializados en este tema. Más información: Rodríguez Ruibal, (2009) "Periodismo turístico.

Periodismo Ecológico

Es la especialidad periodística que se ocupa de la actualidad y la información relacionada con el medio ambiente, la naturaleza y el desarrollo sostenible, en especial en todo lo que tienen que ver con el deterioro del medio natural (suelos, atmósfera, biodiversidad). Es el periodismo que se ocupa de la captación y el tratamiento periodístico, escrito, oral, audiovisual de los temas ambientales de carácter noticioso. Su objetivo es: Ofrecer información ambiental nueva y útil que permita al ciudadano decidir con conocimiento de causa. El papel del periodista ambiental es identificar las noticias vinculadas a esta especialidad y explicar los distintos factores del suceso, de forma que el lector pueda entender por qué se llegó a esa situación, las tendencias y la evolución de un determinado problema ecológico, energético o eco-social.

Periodismo Científico

El periodismo científico tiene como objetivo la divulgación del conocimiento científico en la sociedad. Manuel Calvo Hernando, periodista español, apunta que el periodismo científico divulga el conocimiento científico a la sociedad a través de diferentes mensajes y medios de comunicación social.

En Venezuela, el pionero es Aristides Bastidas, quien durante 20 años publicó la columna "La ciencia amena" en el Diario El Nacional. En esta área destaca también Marisela Salvatierra, quien junto a Bastidas obtuvo el premio Kalimba, otorgado por la Unesco por su trabajo en la divulgación de la ciencia.

Periodismo cultural

Ivan Tubau, en su libro Teoría y práctica del periodismo cultural, define el periodismo cultural como la forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios masivos de comunicación con los cual pretende promocionar eventos cuya esencia sean las artes y la artesanía.

Jorge B Rivera, periodista e investigador argentino, dice que este tipo de periodismo "es una zona compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgatorios los terrenos de las "bellas artes", "las bellas letras", las corrientes del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada "cultura popular" y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental". (Rivera, 1995).

Periodismo económico

Es una rama del periodismo enfocada a informar sobre los hechos relacionados con la economía, incluyendo temas sobre finanzas, banca o el mercado bursátil. Además, muestra cómo analizar, interpretar y redactar la información. Trata de dar a conocer el estado económico del país, el estado de la inflación del peso, el estado del peso ante el resto de las monedas extranjeras.

El periodismo Deportivo

Debe manejar una ética. Esta profesión se debe manejar con idoneidad pues quienes la practican tienden a ponerse la camisa de ciertos equipos, a no tener equilibrio informativo, a bajar y subir el prestigio de un jugador o de un equipo en cuestión de segundos.

El periodismo deportivo debe tener profesionales capaces de analizar el deporte como más que una simple información, verlo desde lo religioso, lo cultural, lo formativo, sociológico, psicológico, ético, político y social

Periodismo Infográfico

El infógrafo es aquel que combina elementos visuales y textuales. Su aplicación más específica en principio sirvió para colocar mapas, y gráficos. En el periodismo digital, la infografía adquiere otras características propias: la interactividad, la posibilidad de animación, despliegue de escritura, la incorporación de sonido e imagen en movimiento.

Periodismo Hiperlocal

Este periodismo nace específicamente de la iniciativa ciudadana por proporcionar información cercana a su contexto geográfico inmediato. Por otro lado hay, medios tan importantes como el New York Times han comenzado a impulsar espacios para el periodismo local.

Periodismo Digital

EL uso de las tecnologías, con la inserción en internet ha mediatizado la comunicación. A esto se agrega la formación del periodismo ciudadano como otra forma de libre expresión.

La mayor parte de los medios de comunicación tradicionales han creado su propio espacio en el mundo cibernético y cada vez aumentan los lectores y suscripciones de la página blogs e inclusive se apoderan de las redes sociales como Facebook y Twitter

Tipos de Revistas



Figura 2 Revistas

Las revistas se clasifican en:

1. Especializadas
2. Informativas.
3. De entretenimiento.
4. Científicas

Este tipo de ediciones son comúnmente basadas en las ediciones publicadas en papel. La tecnología hace que estas revistas puedan tener diseños más atractivos así como múltiples funciones que ayudan a tener una mayor interacción con los lectores. Es una de las opciones desarrollada por la tecnología y forma parte de un nuevo periodismo.

Una de las revistas decanas en la web es La Guirnalda Polar (1996 a la fecha), que por cierto, en discusión con el grupo de Español Urgente, de la agencia de Noticias EFE, acuñó el término "redvista" para las publicaciones de este tipo en Internet.

En 2002, el grupo editorial Hachette Filipacchi comenzó con la digitalización de sus revistas. Tendencia a la que se unieron el resto de los principales grupos editoriales, como RBA Revistas, G+J, Grupo Zeta y la popular ¡HOLA!. Por ejemplo, Pronto (revista) no tiene página en Internet a pesar de ser la más vendida en la historia de España.

Revista Científica

Este tipo de revistas son comúnmente basadas publicadas en papel. Gracias a la tecnología estas revistas pueden tener diseños más atractivos así como múltiples funciones que ayudan

atener una mayor interacción con los lectores. Es una de las opciones desarrollada por la tecnología y forma parte de un nuevo periodismo.

Normalmente las revistas científicas de prestigio o reconocidas son revisadas dentro de la comunidad científica, y son denominadas revistas indexadas, en un intento de asegurar un mínimo de estándares de calidad, así como validez científica; y con ello lograr el prestigio de la revista científica. Los artículos publicados en cada edición representan lo más actual en la investigación en los diferentes campos

A diferencia de las revistas genéricas, por lo común no se lee toda la revista, sino que se eligen los artículos a leer, dependiendo del tipo de investigación a la que está dedicado el científico.

Los tiempos de publicación de cada revista varían. Hay revistas que publican de manera semanal, quincenal, mensual, trimestral o anual.

2.1.2 Antecedentes referenciales

Al realizar este trabajo de investigación primero contamos con investigación profunda realizada desde la antigüedad y la evolución hasta nuestros tiempos, también revisando los documentos de proyectos que puedan parecerse a este pero sin el valor agregado con el que contamos, realizando el ejercicio de periodismo y poniendo en práctica todos lo aprendido a lo largo de la carrera.

Nuestro proyecto será un medio impreso mediante el cual informaremos a la ciudadanía de forma objetiva todo lo relacionado a la producción agrícola de Milagro, después de revisar los antecedentes de revista y periódicos de la ciudad, nos damos cuenta que no existe una revista con el concepto que nosotros emplearemos, pero si con aproximación como lo es la revista *Zafros* realizada bajo los parámetros de la Industria Azucarera Valdez, en ella se habla de sus producciones, proyectos y logros de esta empresa, de igual manera circula una revista en el Cantón Marcelino Maridueña llamada igualmente *Zafros* que trata exclusivamente del Ingenio azucarero San Carlos sobre la elaboración y comercialización de su caña de azúcar.

En los documentos de sustentación de los alumnos de Universidad Estatal de Milagro tampoco se registran antecedentes de proyectos de este tipo, entonces bajo esta investigación realizaremos nuestro proyecto

Publicaciones a nivel Nacional

- **Revista agrícola “El Agro”**

Es una Revista dedicada al sector agropecuario del país y el mundo, se publica mensualmente tiene una circulación de doce mil ejemplares mensuales. Se la vende a través de suscripciones y venta directa. Sale a circulación los primeros días de cada mes. Está dirigida a Profesionales Agropecuarios, empresarios, profesores, estudiantes, productores y público interesado en conocer los últimos avances del sector agroindustrial y agropecuario.

- **Revista agrícola “Tierra adentro”**

Somos un grupo de comunicadores y amantes del campo que por el cariño que llevamos en nuestro corazón a la Paccha Mamma, la madre tierra, brindamos esta revista a quienes con su labor diaria la hacen fructífera y frondosa

- **Periódico de agricultura “El Productor”**

Es un periódico que se desarrolló para la capacitación del Sector Agropecuario, la misma que es la principal necesidad de los productores ecuatorianos; tenemos una Distribución a Nivel Nacional donde los agricultores de todo el País nos pueden encontrar en los principales Almacenes Agropecuarios, Asociaciones, Eventos y Ferias del Sector.

Mediante la capacitación y la información oportuna el agricultor, ganadero, acuacultor podrá mejorar sus niveles de producción, es por eso que nuestra información llega de manera gratuita a los principales sectores del campo gracias al apoyo de nuestros auspiciantes que son empresas privadas, gremios y entidades públicas.

FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

Las ciencias de la comunicación social abarcan todas las manifestaciones del ser humano y está comprobado que los medios de comunicación colectivos organizan la vida social, económica, deportiva de los pueblos y naciones en general,

Debemos aclarar que los medios impresos son más duraderos, ya que se puede volver a la publicación más de una vez para analizarla, citarla o compararla. Además se pueden utilizar todos los géneros periodísticos para expresar los pensamientos, opiniones o problemas que afecten a la sociedad.

FUNDAMENTACIÓN SOCIOLÓGICA

A lo largo de la historia, los medios de comunicación han ido avanzando en paralelo con la creciente capacidad de los pueblos para configurar su mundo físico y con su creciente grado de interdependencia.

La revolución de las telecomunicaciones y de la transmisión de datos ha empujado al mundo hacia el concepto de “aldea global” planteado por *Marsha I MacLujan*.

Los efectos de estos nuevos medios de comunicación sobre la sociedad han sido muy estudiados. Hay quienes sostienen que los medios de comunicación tienden a reforzar los puntos de vista personales más que a modificarlos, y otros creen que, según quién los controle, pueden modificar decisivamente la opinión política de la audiencia.

En cualquier caso, ha quedado demostrado que los medios de comunicación influyen a largo plazo, de forma sutil pero decisiva, sobre los puntos de vista y el criterio de la audiencia

FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Nuestra propuesta tiene Fundamento Legal basada en los artículos de la vigente Constitución de la República del Ecuador, aprobada en Montecristi que establece en la sección Tercera de Comunicación e Información establece el Marco Legal para desarrollar este proyecto, dice lo siguiente:

SECCIÓN TERCERA

Comunicación e Información

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

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

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

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

Art. 26.- La educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir.

SEGUNDA SECCIÓN

Juventud

Art. 39.- El Estado garantizará los derechos de los jóvenes y promoverá su efectivo ejercicio a través de políticas y programas instituciones y recursos que aseguren y mantengan el lado permanente su participación e inclusión en todo los ámbitos en particular en los espacios del poder público.

También, en el Código de Ética del Periodista en el Capítulo Periodista y Estado, establece lo siguiente:

Art. 12.- El periodista exigirá del Estado una política nacional de comunicación que impida el monopolio de la información.

Art. 17.- El periodista debe impulsar y promover los programas del Estado destinados a fomentar el desarrollo integral del país.

Este proyecto también se fundamenta con la Ley del Plan Nacional del Buen Vivir (SENPLADES)

Ambiente sano

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

Art. 15.- El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto. La soberanía energética no se alcanzará en detrimento de la soberanía alimentaria, ni afectará el derecho al agua.

Se prohíbe el desarrollo, producción, tenencia, comercialización, importación, transporte, almacenamiento y uso de armas químicas, biológicas y nucleares, de contaminantes orgánicos persistentes altamente tóxicos, agroquímicos internacionalmente prohibidos, y las tecnologías y agentes biológicos experimentales nocivos y organismos genéticamente modificados perjudiciales para la salud humana o que atenten contra la 25 soberanía alimentaria o los ecosistemas, así como la introducción de residuos nucleares y desechos tóxicos al territorio nacional.

Fuente: CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR

Código De Ética Periodística

La libertad de expresión del pensamiento es derecho fundamental del hombre y piedra angular de todas las libertades consagradas en la Constitución Política de la República y es, por tanto, una necesidad vital del pueblo ecuatoriano. Un derecho irrenunciable del periodista profesional y una obligación ineludible de los medios de comunicación social y del Estado.

La libertad de expresión se plasma esencialmente en la libertad de información y de opinión, a través de los medios de la comunicación social. Este derecho es, en consecuencia, inalienable, por lo que le corresponde al periodista profesional su plena aplicación práctica, ya para satisfacer el anhelo comunitario de una información oportuna, veraz y objetiva, ya para

contribuir a la correcta interpretación y orientación de los problemas en el complejo mundo en que vivimos, ya para ofrecer distracción constructiva y útil; ya, en fin, para reforzar e impulsar los programas y planes de desarrollo social y para luchar por la soberanía, independencia y dignidad nacionales.

CAPÍTULO I

EL PERIODISTA Y LA COMUNIDAD

Artículo 1.- El periodista tiene la obligación de proporcionar a la comunidad una información objetiva, veraz y oportuna.

Artículo 2.- El periodista debe lealtad a las aspiraciones y a los valores fundamentales de su comunidad.

Artículo 4.- La comunidad tiene derecho a ser correctamente informada y el periodista está obligado a evitar la deformación y tergiversación de las informaciones.

Artículo 8.- El periodista está obligado a luchar por la comunidad en la que se desenvuelve y defender el equilibrio ecológico y el medio ambiente.

Fuente:**CÓDIGO DE ÉTICA PERIODÍSTICA**

LEY DE EJERCICIO PROFESIONAL DEL COMUNICADOR SOCIAL

Art.7. El Estado garantizará la libertad de expresión, la libertad de opinión y la libertad de información como elementos de la comunicación social.

Art.8. El Estado garantizará el derecho a la libertad de pensamiento y de expresión, así como, el derecho de buscar, obtener y explicar el conocimiento adquirido por cualquier medio, sin censura; pero con la responsabilidad ética de quien lo difunda.

DERECHOS DE LA NATURALEZA

Art. 71.- La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos.

Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observaran los principios establecidos en la Constitución, en lo que proceda.

El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema.

Fuente:**LEY DE EJERCICIO PROFESIONAL DEL COMUNICADOR SOCIAL**

LEY DE EDUCACIÓN SUPERIOR

Que la búsqueda de la verdad, la afirmación de la identidad, el desarrollo cultural, el dominio del conocimiento científico y tecnológico son fines de la educación superior, que se expresan a través de la investigación, la docencia y la vinculación con la colectividad y constituyen prioridades para el desarrollo del país.

Artículo 1

- a) Les corresponde producir propuestas y planteamientos para buscar la solución de los problemas del país; propiciar el diálogo entre las culturas nacionales y de éstas con la cultura universal, la difusión y el fortalecimiento de sus valores en la sociedad ecuatoriana, la formación profesional, técnica y científica y la contribución para lograr una sociedad más justa, equitativa y solidaria, en colaboración con los organismos del estado y la sociedad.
- b) Preparar a profesionales y líderes con pensamiento crítico y conciencia social, de manera que contribuyan eficazmente al mejoramiento de la producción intelectual
- f) Realizar actividades de extensión orientadas a vincular su trabajo académico con todos los sectores de la sociedad, sirviéndola mediante programas de apoyo a la comunidad, a través de consultorías, asesorías, investigaciones, estudios, capacitación u otros medios

Fuente:*LEY DE EDUCACIÓN SUPERIOR*

2.2 MARCO CONCEPTUAL

COMUNICACIÓN.- Es el acto que realizan dos o más personas donde existe un emisor y un receptor (perceptor), necesariamente tienen que haber una respuesta, sino es un simple receptor.

Proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes. En los últimos 150 años, y en especial en las dos últimas décadas, la reducción de los tiempos de transmisión de la información a distancia y de acceso a la información ha supuesto uno de los retos esenciales de nuestra sociedad.

COMUNICACIÓN SOCIAL.- Conjunto de señales al servicio de la formación y conservación del grupo social, condición fundamental para la participación ciudadana; relación de confianza entre mandatarios y mandantes que se mantiene y crece conforme la administración identifica las demandas relevantes de los grupos sociales, que a través de los medios o de manera directa sostiene a los actores sociales, dando viabilidad, fuerza y dirección al desarrollo del gobierno.

COMUNIDAD.- Conjunto social del que se forma parte. Reunión de personas que viven juntas y bajo ciertas reglas. Calidad de común; comunidad de ideas, origen, bienes y régimen económico de algunas instituciones.

Se puede decir que comunidad es una congregación de personas que viven en un territorio determinado, bajo ciertas reglas, como los conventos y colegios, también se dice que es una asociación de personas que tienen los mismos intereses.

MEDIO DE COMUNICACIÓN IMPRESO Nos referimos a las revistas, los folletos, los periódicos y en general, a todas las publicaciones que se encuentren impresas en papel y que tengan como objetivo informar.

REVISTA Es una publicación impresa que es editada de manera periódica (por lo general, semanal o mensual). Al igual que los diarios, las revistas forman parte de los medios gráficos, aunque también pueden tener su versión digital o haber nacido directamente en Internet.

El lenguaje periodístico no tiene una función estética como pueda tenerla el lenguaje literario, por ejemplo. Además, el periodístico es en tercera persona, referencialmente real. También tiene unos códigos y una determinada diagramación (maquetación). La función primordial del lenguaje periodístico es informar.

AZÚCAR.- El azúcar es un producto de consumo masivo y se emplea no solamente como insumo en los alimentos y bebidas procesados y envasados, sino que también a nivel doméstico, se utiliza para endulzar los alimentos.

CACAO.-El árbol de cacao es un árbol tropical que crece sólo en climas calientes y húmedos.

BANANO.- El banano no es un árbol, sino una mega morfía, una hierba perenne de gran tamaño. Como las demás especies de Musa, carece de verdadero tronco. En su lugar, posee vainas foliares que se desarrollan formando estructuras llamadas pseudotallos, similares a fustes verticales de hasta 30 cm de diámetro basal que no son leñosos, y alcanzan los 7 m de altura.

Estilo periodísticos

El estilo es una serie de propiedades o características, una –supuesta- forma de expresión oral o escrita característica de los medios de comunicación. Un modo de escribir aceptado y difundido por los libros de estilo (manual de estilo) que todos los periodistas han de seguir para ser imparciales.

Ángel López García, lingüista y gramatista español, escribió un decálogo relacionado con las principales características del estilo periodístico:

1. **La claridad:** los profesionales de la comunicación escriben para todo el mundo.
2. **La concisión:** utilizar las palabras justas.
3. **Verosimilitud:** transmitir la información de forma creíble, por muy increíble que sea el hecho.
4. **Evitar la ambigüedad**
5. **La densidad:** se trata de un estilo activo, que narra hechos, pero no acumula descripciones u otros elementos literarios.
6. **Sencillez:** sin ser vulgar.
7. **Naturalidad**
8. **Conexión:** cumpliendo las normas gramaticales.
9. **Interés humano:** acercar las cosas al lector.
10. **Variedad:** en los aspectos formales y en los contenidos.

Cuando se habla de estilo periodístico, hay que tener en cuenta este decálogo ya que se dirige a un público amplio y heterogéneo, además, es una cuestión de tradición. Todo esto se traduce en un par de normas a seguir en el momento de presentar una información:

Impersonalidad expresiva (tercera persona) Seguir el orden lógico de la frase: sujeto-verbo-predicado.

El problema es que normalmente se confunde una manera de escribir con el contenido de la información de modo que el público cree que el hecho de utilizar un determinado estilo garantiza la imparcialidad, y esto no siempre es así.

Se puede informar con un estilo no informativo e informar parcialmente con un estilo informativo. Otra equivocación es utilizar “estilo” en singular y con un sentido unificador. No existe un único estilo periodístico, sino una heterogénea y compleja variedad de estilos y registros.

.La Agricultura.- Es el antiguo y noble arte de cultivar la tierra, ha sido la actividad creadora a través de las edades más importantes del Ecuador, desde la cultura primitiva se empezó a realizar la agricultura.

La Cultura Milagro-Quevedo.- Se identifica el conjunto de pueblos que habitaban las fértiles tierras de la cuenca del Guayas. El papel de éstos, grandes productores agrícolas, tuvo que ser relevante en la red de intercambios dentro del área Andina Septentrional, no pudiendo quedar minimizada.

La agricultura, que se practicaba en toda el área desde el Formativo, se intensifica notablemente gracias a los campos elevados, aumentando en gran medida su producción pues todos los habitantes de este lugar que luego se convertirían en la gran urbe milagreña formándose una nueva forma de sobrevivir.

Aunque también según el arqueólogo Julio Viteri Gamboa, Milagro fue habitada desde hace miles de años por numerosa población aborigen perteneciente a la cultura Cayapa Colorado, que ocupaba además las jurisdicciones de las que son hoy provincias de Los Ríos y Guayas.

En la zona de Milagro, esta cultura estaba integrada por parcialidades aborígenes de los Chirijos, los Chobos, los Chilintomos, Yaguachis y Bolichis.

Productos agrícolas del cantón Milagro

- Caña de azúcar
- Cacao
- Banano
- Piña
- Vivero

El azúcar



Figura 3 Azúcar

El azúcar es un producto de consumo masivo y se emplea no solamente como insumo en los alimentos y bebidas procesados y envasados, sino que también a nivel doméstico, se utiliza para endulzar los alimentos.

Orígenes del Azúcar

La caña de azúcar es uno de los cultivos más viejos en el mundo, se cree que empezó hace unos 3.000 años como un tipo de césped en la isla de Nueva Guinea y de allí se extendió a Borneo, Sumatra e India.

Producción en el Mundo

A fines de la década del 90 la producción mundial de azúcar fue de aproximadamente 131 millones de toneladas métricas. En la década la producción mundial se ha incrementado.

El cambio más significativo a lo largo del período ha sido el crecimiento de Brasil como productor y exportador. Este país representa el 28 % del incremento en la producción mundial y el 75 % de las exportaciones.

Actualmente su participación se ha incrementado del 14% al 26%. Este cambio ha sido a expensas de los mayores países exportadores: Unión Europea, India, y China, los cuales en total han decrecido en un 10% en su participación en el mercado mundial.

El liderazgo de Brasil en el mercado mundial actualmente se basa en los menores costos de producción y a la activa presencia del sector alcohólico como una importante alternativa de los subproductos de la caña en ese país.

Siembra y cosecha de la caña de azúcar



Figura 4 Siembra y cosecha de la caña de azúcar

Fuente: http://sian.inia.gob.ve/repositorio/revistas_ci/canadeazucar/cana0401/texto/epoca.htm

Producción

MAPA DE LOS INGENIOS AZUCAREROS DEL ECUADOR

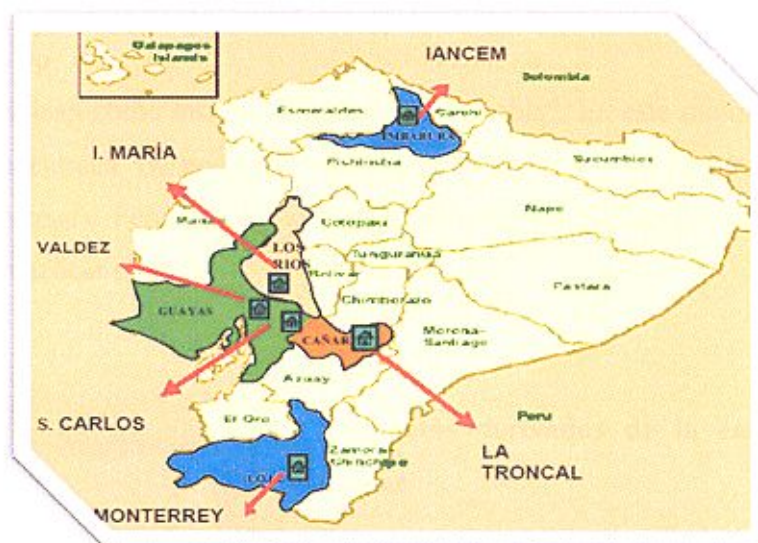


Figura 5 Mapa de Ingenios del Ecuador

Fuente: http://es.getamap.net/busca_mapas_1_ingenios+azucareros+ecuador.html

Milagro es uno de los cantones de mayor progreso en la provincia, debido a su intensidad comercial y el desarrollo de su industria agro-productiva, entre las cuales destacan la Industria Azucarera Valdez, gozando de una muy buena posición en el mercado nacional e internacional en la producción de azúcar y sus derivados, Ecoelectric que es una compañía dedicada a la producción de energía eléctrica a partir del bagazo (residuos) de la caña de azúcar. Existe en Milagro, dada las bondades de su clima, una gran cantidad de Viveros en donde se cultivan una amplia y exquisita variedad de plantas ornamentales.

Subproductos del Azúcar

Industria de golosinas

La industria de alimentos como helados, chocolates, chicles y galletas, emplea como insumo azúcar refinado y glucosa. Estas empresas utilizan como insumo el azúcar nacional porque es menos costosa que la importada. El principal problema que afrontan es la informalidad. Es decir, en muchas ocasiones los distribuidores mayoristas no entregan factura cuando realizan la venta, este fenómeno se repite para el resto de industrias vinculadas al azúcar.

Industria de bebidas gaseosas

Esta es otra industria que emplea el azúcar blanco refinado importado y nacional, en menor proporción, como un insumo importante para su fabricación. Esta industria ha tenido un fuerte

crecimiento, en término de marcas y presentaciones, y aún está en capacidad de expandirse más.

Industria de bebidas en polvo

Estas empresas también emplean como insumo el azúcar "impalpable". En este momento la actividad se encuentra concentrada en productos semi-azucarados y no azucarados (por ejemplo La Negrita y Universal). Pero, tal como sucede con las bebidas gaseosas, estas empresas también demandan azúcar nacional.



Figura 6 Derivados de la caña de azúcar

Melaza

La miel final o melaza es un líquido denso y viscoso de color oscuro producto final de la fabricación o refinación de la sacarosa procedente de la caña de azúcar. Los componentes de la melaza son: agua (17 a 25 %), sacarosa (30 a 40 %), azúcares reductores (10 a 25 %) y ceniza (7 a 15 %).

Las cantidades de melaza producidas son bastante pequeñas. Se utiliza como componente en la elaboración de alimentos balanceados para ganado, como fuente de carbohidratos y agente aglutinante. Adicionalmente, este subproducto puede ser consumido directamente por el ganado, incrementa la producción de leche y la ganancia de peso de los animales en la época seca.

Productos derivados de la caña de azúcar

Jugos residuales.- De los jugos residuales que se obtienen de la molienda de la caña de azúcar se puede obtener "biogás". Esta es una alternativa que se ha desarrollado en algunos países de Centroamérica.

Etanol

Se puede producir a partir de las mieles, mediante la fermentación por acción de las levaduras. El etanol se mezcla con la gasolina para aumentar el octanaje y reducir la emisión de gases de efecto invernadero.

El cacao

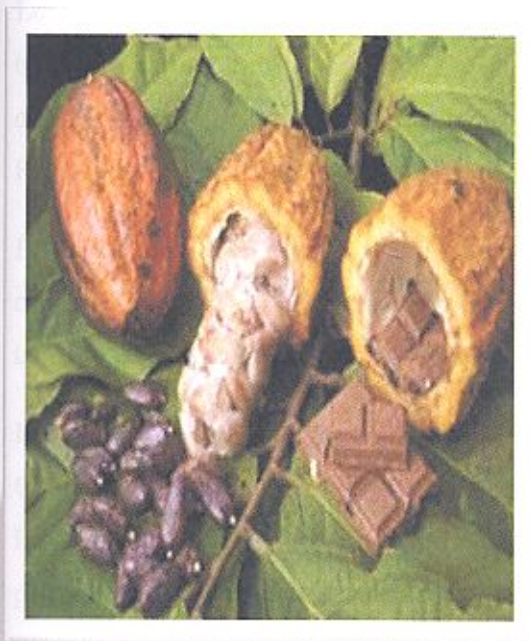


Figura 7 Cacao en diferentes presentaciones

El árbol de cacao es un árbol tropical que crece sólo en climas calientes y húmedos. Es por eso que su cultura está limitada a las regiones que se sitúan a 20 grados de latitud Norte y 20 grados de latitud Sur. Este árbol es delicado y exigente, ya que necesita una temperatura constante de cerca de 24-26 grados centígrados, lluvias abundantes y regulares, y un suelo rico en potasa, en nitrógeno y en oligo-elementos. Mide cerca de 5 metros en 3 años, y alcanza 8 metros hacia la edad de 10 años. Un árbol vive hasta los 30-40 años.

La cosecha de mazorcas se efectúa al machete. Después se desgrana las semillas, que son fermentadas y secadas al sol. Un árbol en cultura produce por término medio 0,500 a 2 kg de habas secas al año.

Las plantaciones de los países productores generalmente aplican una densidad de 1000 o 1200 cacaos por hectárea. Una explotación de cacao se vuelve rentable al cabo de aproximadamente 6 años. Se clasifica en:

Los Criollos.- Esta variedad representan el cacao original, cuyas plantaciones más antiguas se remontan al siglo XVII. Se cultiva en Venezuela, México, **Ecuador**, Nicaragua, Guatemala y Sri Lanca. Considerado como el 'príncipe de los cacaos ', esta variedad es famosa por su finura y sus aromas poderosos. Representa no obstante sólo el 5 % de la producción mundial,

debido a su fragilidad frente a las enfermedades y frente a los insectos. Principalmente es destinado a la chocolatería fina.

Los Forasteros.- Este grupo es muy diversificado y representa especies mucho más resistentes y mucho más productivas que el Criollo. Constituyen hoy el 80% de la producción total mundial, y es producido principalmente en el oeste de África. Se trata pues de unos cacaos de calidad ordinaria (un aroma poco pronunciado y una amargura fuerte y corta) que entran en la fabricación de los chocolates corrientes.

Los Trinitarios.- Los Trinitarios provienen de Trinidad. Esta especie de cacao es un híbrido biológico natural entre Criollos y Forasteros. No tiene atributo puro a su especie y la calidad de su cacao varía de media a superior, con un contenido fuerte en manteca de cacao. Representa el 15 % de la producción mundial

El cacao fino o aromático.- Es utilizado para la fabricación de productos de muy alta calidad. Este tipo de cacao se diferencia por sus sabores afrutados, florales o arbolado pero también por sus colores y sus características morfológicas y agronómicas.

Historia de la producción de cacao en el Ecuador

Consumo de las comunidades agrícolas

En Ecuador, según fuentes históricas en el año de 1600 ya existían cierto número de plantaciones de cacao en las orillas del río Guayas que a su vez se expandieron a las orillas de sus afluentes: el Daule y el Babahoyo. A partir de 1623 empiezan a presentar informes acerca de la clandestinidad de las plantaciones de cacao a pesar de la prohibición por la Cedula Real. El comercio clandestino en vez de disminuir se fue consolidando a pesar de las continuas quejas. Ante este panorama, en 1789 el Rey Carlos IV concede mediante Cédula Real el cultivo y exportación de cacao desde la costa ecuatoriana

Para el período de 1880 a 1890 el Ecuador se convierte en el mayor exportador mundial de cacao, lo que permitió generar divisas y recursos que permitieron la creación de los primeros bancos del país y a su vez se consolidaron como gran soporte político y económico para los gobernantes de turno. El boom cacaotero se dio a finales del siglo 19 y comienzos del 20.

Ecuador fue de 1894 – 1905 el primer exportador mundial de cacao, con ventas de 220.000 quintales en 1877 a 1'000.000 en 1917. Entre 1915 y 1920 se desencadena una serie de enfermedades de la escoba de bruja y la monilla, destruyendo así el cultivo y a su vez

generando una notable reducción de la producción. A este desastre económico, social y técnico se sumó los efectos de falta de transporte y mercados internacionales durante la Primera Guerra Mundial y la consecuente depresión económica de esos años.

Desarrollo de la industria de cacao en Ecuador

La industrialización del cacao se realiza por medio de preparación de semi elaborados y elaborados. Dentro de los semi elaborados encontramos: torta, pasta o licor, manteca, polvo y de los elaborados chocolates en varias presentaciones; en los que se emplea aproximadamente el 27% de la producción nacional.

El proceso de industrialización consta varias características: la selección y limpieza del cacao en grano, la tostada y trituración, la separación de la cascarilla y otros residuos. Se realiza el conchado y aplicación de aditivos que permiten obtener el licor o pasta de cacao, utilizado para la elaboración de chocolates. Para obtener la torta y la manteca se realiza el procesamiento del licor de cacao. En esta transformación participan industrias de todos los tamaños grandes o pequeños y artesanales, que cuentan con una capacidad instalada de aproximadamente 70 mil toneladas anuales para el procesamiento.

Por lo general las empresas grandes destinan su producto básicamente al mercado internacional, mientras que las artesanales dirigen su producto hacia el mercado interno.

En el Ecuador se estima que existen 10 industrias grandes dedicadas a la producción de torta, pasta o licor, manteca, polvo y elaborados de cacao, mientras que las industrias pequeñas se dedican a la producción de chocolates y bombones

Entre las industrias pequeñas más conocidas tenemos: la Fábrica BIOS, La Perla, Chocolateca, Rualdos, Merelitt, que están ubicadas en la provincia de Pichincha. Las firmas Incacao, Edeca, Colcacao se ubican en la provincia del Guayas. Por otra parte, las principales industrias grandes son: La Universal, Nestlé e Indexa (Cacao Ecuador).

Además, los países hacia donde el Ecuador exporta cacao procesado se encuentran en el continente americano y especialmente América del Sur. Las otras regiones del mundo no representan una cantidad muy importante por ser procesadoras del producto.

Debido a que la industria del chocolate demanda más cacao, actualmente se está destinando más de la producción nacional hacia la industrialización, del 27% al 30%. Entre sus clientes

están Nestlé y Ecuacocoa, a la que se da la misma calidad de producto que se vende en el exterior, porque las exigencias son iguales.

B a n a n o

En Ecuador, hay una variedad amplia de frutas para la comercialización y elaboración de productos derivados de los mismos, como dulces, conservas, snacks, postres, entre otros. Conociendo así el banano como el producto principal de exportación y de consumo dentro del país, no solo por su bajo costo, sino por su alto valor nutritivo y a la mayoría de ecuatorianos gusta.



Figura 8 Banano en estado maduro

La actividad del banano desde hace cuarenta años ha tenido y tiene una representación importante en el desarrollo del país, tanto desde el punto de vista económico como social.

La producción bananera del país, se realiza en 20 provincias del territorio continental. La Costa aporta con el 89% de la producción nacional, Sierra con el 10% y el Oriente con el 1%. Se produjo en 1998 un total nacional de 4' 226.200 toneladas métricas.

En el país existen cerca de 5000 productores de banano, de acuerdo al tamaño de la plantación, el 80% corresponden a propiedades menores de 30 hectáreas y tan solo el 3% a mayores de 100 has

En la Costa, las de mayor producción son: la provincia de Los Ríos con el 35 % de la producción total y Guayas con el 32%.

En la Sierra., en las regiones cálidas de las provincias de Cañar el 3,8 %. Bolívar con el 1.8%, Pichincha (Sto. Domingo de los Colorados) con 1.4% y Loja con apenas el 0.8% de la producción nacional; las demás provincias tienen una producción mínima.

Por lo tanto la unión monopólica aparece principalmente en la fase de comercialización. Durante los primeros meses de 1998 la producción bananera tuvo un fuerte descenso como resultado del fenómeno de El Niño.

• PRINCIPALES EXPORTADORES

De las exportadoras de banano, tres empresas (Bananera Noboa, Reybanpac, Ubesa) concentran los montos de exportación más altos, alcanzando el 67% del total de las exportaciones.

Bananera Noboa ha sido la exportadora más importante y la que ha ocupado el lugar por más de 30 años.

La superficie cultivada es de 131.000 TM. De estas el 71% están tecnificadas. El promedio de rendimiento es de 32 TM, la productividad más alta se encuentra en la provincia de los Ríos con 39.2 TM., y la más baja en Manabí con 20.

- ✓ De los mayores países productores de banano de Latinoamérica, el Ecuador muestra un rendimiento productivo de 37 TM.
- ✓ Si se mejorara el rendimiento, miles de ha. que hoy son utilizadas para el banano podrían ser destinadas para otros cultivos.
- ✓ La cantidad de empleo con que este sector aporta es de 200.000 personas en forma directa en las plantaciones y aproximadamente 400.000 más en actividades relacionadas con la producción y exportación de banano en el país.
- ✓ Los lugares de destino del banano ecuatoriano son: Europa el 55%, Estados Unidos el 30%, Asia el 13% y otros 2%.
- ✓ Los principales países exportadores de banano a nivel mundial son: Ecuador, Costa Rica y Colombia, juntos representan el 63 % de las exportaciones totales de la fruta.

• PERSPECTIVAS

La demanda mundial de banano crecerá en un 3 %, la oferta mundial será de cerca de 13 millones de toneladas, lo que producirá una sobre oferta porque la demanda es de un poco más de 12 millones. Razón por la cual no se avizora que los precios internacionales puedan mejorar.

P I Ñ A



Figura 9 Piña en su estado natural

La piña es una fruta tropical originaria de Sudamérica, de la región de Matogroso (entre Uruguay y Brasil). Desde antes del descubrimiento de América ya formaba parte de la dieta de los nativos del lugar.

No se puede determinar con exactitud la fecha en que la fruta fue difundida a las demás zonas tropicales de América, tampoco si esta tarea fue realizada por los mismos nativos americanos o por exploradores europeos. Lo que sí se conoce con certeza es que la primera vez que se cultivó piña en Europa fue a finales del siglo XVII y que entre los siglos XVIII y XIX la producción de la fruta se encontraba totalmente desarrollada a lo largo del continente y en el resto del mundo.

La Piña en el Ecuador

Historia

En Ecuador existen condiciones favorables para el cultivo de piña. En el país ésta puede ser producida con menos luz que la comúnmente requerida en otras partes.

Según fuentes del Ministerio de Turismo en Ecuador la primera variedad de piña que se cultivó fue la Cambray (Perolera), sin embargo, ésta no sirvió para la exportación. En 1991 la Corporación PROEXANT introdujo la Cayena Lisa (Champaca), originaria de Costa Rica. La Champaca se ajustó a la demanda externa a causa de su mejor textura, menor peso y sabor más dulce.

Aun así, la piña ecuatoriana siguió sin alcanzar un buen posicionamiento a nivel internacional.

Producción

Según estadísticas Nacional Agropecuario, a nivel nacional la producción de piña fresca se encuentra distribuida principalmente en cuatro provincias: Guayas (39%), Pichincha (25%), Manabí (17%) y Esmeraldas (11%). Por lo tanto, el 67% de la producción total se encuentra concentrado en la costa, gracias a los factores favorables que esta región posee.

GRÁFICO DE LOCALIZACIÓN PRODUCTIVA

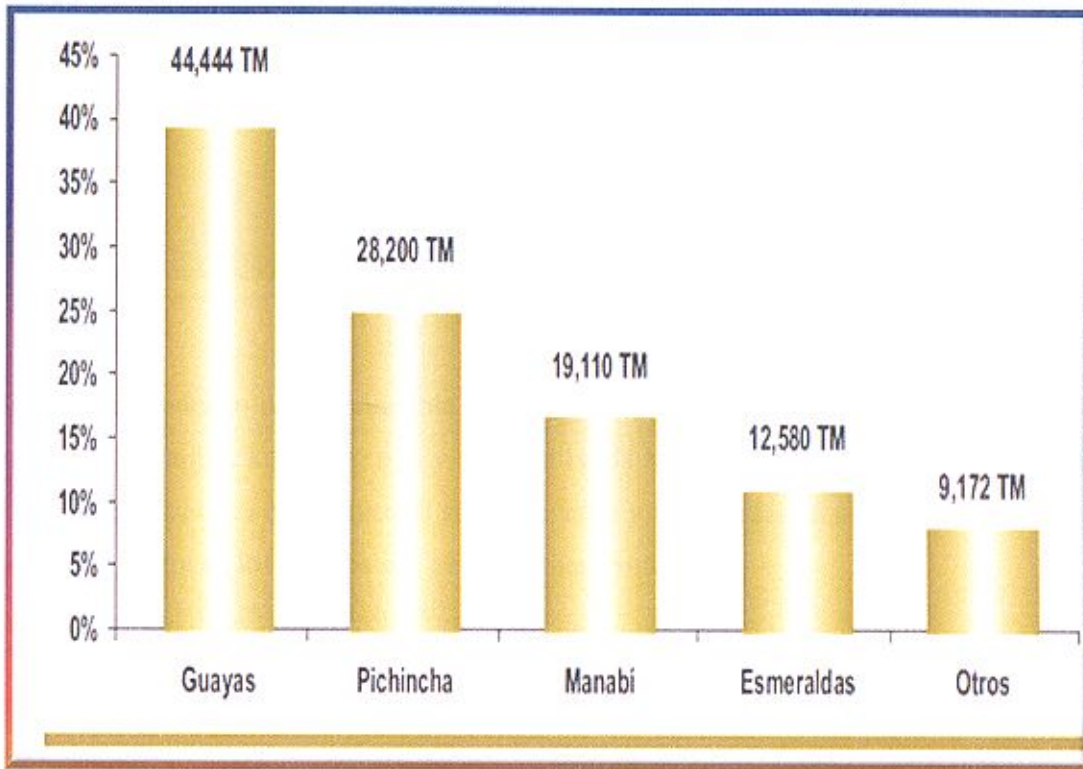


Figura 10 Gráfico de localización productiva

Fuente: http://aplicaciones.mipro.gob.ec/sim/administrador/upload/PiniaEstudio_Agroindustrial.pdf

Los Viveros

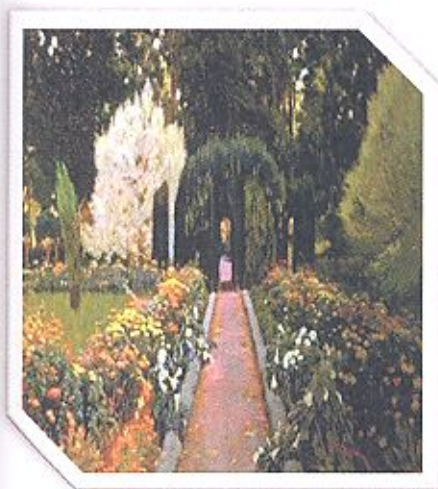


Figura 11 Viveros

El vivero es un conjunto de instalaciones que tiene como propósito fundamental la producción de plantas, la producción de material vegetativo en estos sitios constituye el mejor medio para seleccionar, producir y propagar masivamente especies vegetales útiles al hombre.

Dependiendo de su finalidad, los viveros son temporales o permanentes.

Milagro está rodeado de innumerable viveros a lo largo de su historia, están ubicados en la carretera a Naranjito kilómetro 6,5, y otros en la vía Mariscal Sucre, prácticamente todas las plantas que se venden en Guayaquil son cultivadas y compradas en el cantón de Milagro. Lo que más reproducen los viveros son plantas ornamentales.

En vista de la variedad, belleza y bajos costos de las plantas, estos viveros tienen una alta demanda y aceptación tanto a nivel nacional como internacional.

Los viveros poseen dos clasificaciones:

Vivero temporal o volante. Se establece en áreas de difícil acceso, pero están muy cercanos a las zonas donde se realizará la plantación; su producción predominante es la de plantas forestales. Generalmente se ubican en claros del bosque y trabajan por periodos cortos (de 2 a 4 años cuando mucho) e intermitentes, ya que la producción debe coincidir con la temporada de lluvias.

Para su funcionamiento se requiere poca infraestructura y la inversión es baja. Su desventaja radica en que, como están situados en áreas de difícil acceso, no son fáciles de vigilar y por lo tanto la producción queda más expuesta a daños por animales. Además, por sus características de infraestructura, sólo pueden implementarse en zonas de bosques templados y selvas húmedas.

Vivero permanente. Es la extensión de terreno dedicado a la obtención de plantas con diferentes fines (reforestación, frutales y ornato), ya sea en áreas rurales o centros urbanos. Su instalación requiere una inversión mayor en equipo, mano de obra y extensión del terreno, y debe contar con vías de acceso que permitan satisfacer oportunamente la demanda de plantas.

Criterios para el establecimiento de un vivero

Es fundamental la selección del sitio donde se establecerá el vivero. Las condiciones del sitio son más determinantes cuando la producción se obtiene a raíz desnuda (por camas de crecimiento). Cuando la producción se hace por medio de envases de crecimiento es importante considerar los factores que a continuación se mencionan.

Cuadro 4 Criterios y características para un vivero

<i>Criterios</i>	<i>Características</i>
Selección de sitio	Ubicación, forma del terreno (idealmente regular), topografía adecuada.
Pendiente y textura del terreno	Para pendientes de 0-1% textura arenosa, de 2-3% textura fina
Drenaje del terreno	Adecuado
Agua	Abastecimiento adecuado y de buena calidad
Clima	Adecuado para las especies a propagar. También afecta las épocas de riego de las plántulas
Actividades previstas a su construcción	Limpieza del terreno, particularmente si ha habido un uso previo
Mano de obra	Disponible y con una preparación mínima sobre el manejo del vivero y de las especies a propagar

Fuente tomado del folleto agropecuario N°6 de la Universidad Agraria del Ecuador

Construcción del vivero

Una vez que se elige el terreno donde se construirá el vivero se inicia una serie de actividades relacionadas con la instalación y construcción de la infraestructura necesaria para su funcionamiento. Estas actividades, resumidas en el cuadro 23, varían en función del tipo de plantas que se desea propagar y de los recursos económicos disponibles. Básicamente el vivero debe contar con las siguientes instalaciones: semilleros, área de envasado, platabandas (estructuras que sombrean a las plantas), lotes de crecimiento, bodega y equipo e infraestructura de riego.

La limpieza del terreno es una actividad muy importante ya que facilita las labores en el vivero, evita la competencia de la vegetación original del terreno con las plantas que se producen, y facilita el control de insectos (hormigas, grillos, etcétera).

Antes de iniciar la producción de plántulas es necesario detectar la presencia de malezas, nematodos, hongos, parásitos e insectos, principalmente cuando se pretende establecer el vivero en terrenos que con anterioridad se dedicaron a la agricultura. Esto permitirá elegir las técnicas de manejo y fumigación necesarias que aseguren la producción exitosa de plántulas con alta calidad, sobre todo en cultivos a pie desnudo.

Métodos de cultivo

Antes de iniciar la siembra de semillas en el vivero es necesario tener claro cuál es el método de cultivo que se usará, pues su elección está directamente relacionada con su desarrollo y manejo, tanto en el vivero como en los sitios de plantación. Los pasos que deben seguirse para cultivar plantas en un vivero se resumen en la cuadro.

Para cultivar un vivero se debe tener especial cuidado durante la siembra, el trasplante y el crecimiento inicial de las plántulas. Los cuidados a partir de la siembra se resumen en el cuadro 26 y algunos aspectos se amplían a continuación.

2.3 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.3.1 Hipótesis general

Con la investigación sobre la desinformación de la producción agrícola en el cantón Milagro, generáramos la posibilidad del funcionamiento de un medio de comunicación especializado

2.3.2 Hipótesis particulares

- Los ciudadanos del cantón Milagro poseen poco conocimiento de todos los productos agrícolas que ofrece y los lugares donde pueden encontrarlos.
- La ausencia de interés y amor de parte de los medios de comunicación escrita y televisiva incide en que haya poco conocimiento sobre este tema.
- El impacto que ocasionaría la difusión de la información agropecuaria en los ciudadanos dará como resultado el amor a la tierra y a su ciudad.
- Es necesario saber sobre la importación y exportación de los principales productos agrícolas de Milagro.
- Conocer cuantas fuentes de trabajo existen gracias a la agricultura general de la ciudad de Milagro

2.3.3 Declaración de variables

Variable Independiente:

Difundir información de los productos agrícolas y su industrialización.

Variable Dependiente:

Edición de un medio de comunicación escrito (revista)

2.3.4 Operacionalización de las variables

Cuadro 5 Operacionalización de las variables

Variable Independiente	Conceptualización	Indicadores
Difundir información de los productos agrícolas y su industrialización.	Difundir. -Propagar o divulgar conocimientos, noticias, actitudes, costumbres. Información. -Comunicación o adquisición de	Ciudadanos que deben ser informados de la producción agrícola

	<p>conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre una materia determinada</p> <p>Agrícolas.-Pertenece o relativo a la agricultura o a quien la ejerce.</p> <p>Industrializar.- Hacer que algo sea objeto de industria o elaboración.</p>	
Variable Dependiente		
Edición de un medio de comunicación escrito (revista)	<p>Revista.- Es una publicación impresa que es editada de manera periódica (por lo general, semanal o mensual). Al igual que los diarios, las revistas forman parte de los medios gráficos, aunque también pueden tener su versión digital o haber nacido directamente en Internet.</p> <p>Edición.- Es la selección de contenido para la difusión masiva.</p>	<p>Actualización de conocimientos sobre la agricultura local y sectores aledaños.</p> <p>Entrevistas con los agricultores de la localidad.</p> <p>Abrirse a la opinión e interactuar con la comunidad.</p>

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

Tipo de Investigación

El presente proyecto ha tomado como base varios tipos de investigaciones para tener mayor conocimiento y por medio de estos métodos conocer los fundamentos de los problemas debido a que se va a desarrollar un cuestionario que permitirá recoger informaciones del segmento a quien va dirigido, de esta manera se podrán analizar y ejecutar con una mayor comprensión.

Cuadro 6 Tipos de investigación

Descriptiva	La investigación descriptiva nos valdrá para expresar en términos cualitativos y cuantitativos sobre el porcentaje de desconocimiento que existe en el cantón Milagro sobre los productos agrícolas que se genera en esta zona en cifras estadísticas y factores que determinen el nivel socio económico que genera la urbe.
Explicativa	En este tipo de investigación buscare el porqué de los hechos, mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos nos determinaran las causas de porque no existe un medio de comunicación que se ocupe del tema de agricultura del cantón Milagro y recintos aledaños. Mediante las hipótesis determinaremos la causa, el efecto y el posterior resultado y conclusiones de un aspecto de la realidad, explicando su significativita dentro de una teoría de referencia, a la luz de leyes o generalizaciones que dan cuenta de hechos

	o fenómenos que se producen en determinadas condiciones.
Exploratoria	En este punto investigativo es dirigido a la formulación más precisa del problema de investigación, permitiendo obtener nuevos datos y elementos para establecer las preguntas de investigación y posibles hipótesis.
C a m p o	En el campo investigativo valoraremos la ubicación geográfica, el objeto del estudio, los hechos de investigación y tratarlos más a fondo y manejar los datos con seguridad y presentar en diseños exploratorios, descriptivos y experimentales, estableciendo una situación de control en la cual se maneje sobre una o más variables dependientes, para controlar el aumento o disminución de esas variables y sus efectos en las conductas observadas.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

La población que conforma nuestro grupo objetivo son los ciudadanos del cantón Milagro que según datos estadísticos son 166.000 de los cuales el 40% fluctúan entre 14 y 50 años quienes serán los futuros lectores de la revista.

3.2.1 Características de la población

Definir los sujetos que van a ser medidos

La población escogida para el diseño del presente proyecto son los ciudadanos del cantón Milagro.

3.2.2 Delimitación de la población

El grupo objetivo son el 40% de los 166.000 que es 66.400 la población que se tomara como referencia.

3.2.3 Tipo de muestra

Muestra

La muestra probabilísticas se la hará de una forma aleatoria para todos los sectores sociales en general.

3.2.4 Tamaño de la muestra

El número de habitantes de Milagro es de 166.000 siendo nuestro grupo objetivo personas entre 20 a 50 años.

$$n = \frac{N p q}{\frac{(N-1) E^2}{Z^2} + p q}$$

n : tamaño de la muestra.

N: tamaño de la población

p: posibilidad de que ocurra un evento, $p = 0,5$

q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, $q = 0,5$

E: error, se considera el 5%; $E = 0,05$

Z: nivel de confianza, que para el 95%, $Z = 1,96$

$$n = \frac{166.000 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{\frac{(166.000-1) \cdot 0,05^2}{1,96^2} + 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = 100$$

$$n = 100 \text{ Encuestados}$$

3.2.5 Proceso de Selección

Según la fórmula aplicada tomando en cuenta el margen de error del 5% arroja como resultado que el tamaño de la muestra que van a ser encuestadas es de 100 personas. La selección de la muestra que se hará es de tipo probabilístico porque se la realizara de acuerdo a nuestro criterio.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

El principal elemento para la recolección de la información fue la bibliografía de libros, páginas web, ensayos investigativos, entrevistas e instrumentos como encuestas, y consultas de revistas.

Los sondeos fueron aplicados a los habitantes de la localidad, planteando preguntas consistentes de acuerdo a sus preferencias.

- **Método inductivo:** A través de este método analizamos la parte de la muestra establecida en la investigación para luego extenderlos en el proyecto y estudiarlos para la edición de un medio impreso..
- **Método deductivo:** Se lo utiliza para elaborar el marco teórico a través del cual vemos como se desarrolla la problemática, como recurso al problema sobre la falta de información de los productos agrícolas del cantón
- **Método matemático:** Con este método analizamos las estadísticas, luego de recolectar los datos a través de encuestas, entrevistas, tendrán que ser calculadas para llevarla a una interpretación clara y precisa sobre las muestras escogidas.
- **Método lógico:** Se basa en las orígenes y resultados que establecen las variables siendo analizadas minuciosamente.

Las técnicas que aplicamos en nuestro proyecto investigativo son:

- **Entrevista:** Se aplicará a las profesionales en tendidos en la materia personas especializadas que se encuentre de una manera directa involucrada con el tema.

El proyecto se basa en la obtención de métodos Deductivos, inductivos partiendo de la teoría de la ciudadanía de que no hay un medio de comunicación escrito que trate asuntos sobre el acontecer agropecuario en el cantón Milagro

La encuesta: Por medio de un test de varias preguntas, con el fin de comprobar la hipótesis de la propuesta y será realizada a la ciudadanía en general.

Observación: Con este método se realizara un estudio de si es factible la aplicación de esta propuesta

Instrumentos: Será la recopilación de datos confiables, fuentes de información básica para este presente trabajo

- Cuestionarios
- Observaciones
- Lista de cotejo

3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Entre los métodos que utilizamos constan las encuestas y entrevistas con la aplicación de sus técnicas.

Nuestra guía fue un cuestionario de 6 preguntas, destinadas a la población milagreña, específicamente a los agricultores de la ciudad, que en su mayoría son comerciantes entre los 20 y 50 años de edad, los cuales son propietarios de pequeños y grandes parcelas de terrenos agrícolas que tienen un interés común por saber el porcentaje de la población que se beneficia de la agricultura.

De igual manera se realizó un cuestionario de preguntas, para cada una de las entrevistas que se les realizó a varios profesionales como Ingenieros Agrónomos, industriales y topógrafos, también a personas que se desenvuelven en este tipo de labores agrícolas, siendo nuestro propósito conocer opiniones que ayuden al desarrollo y comercialización de los productos agrícolas que se generan en el cantón Milagro.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE SITUACIÓN ACTUAL

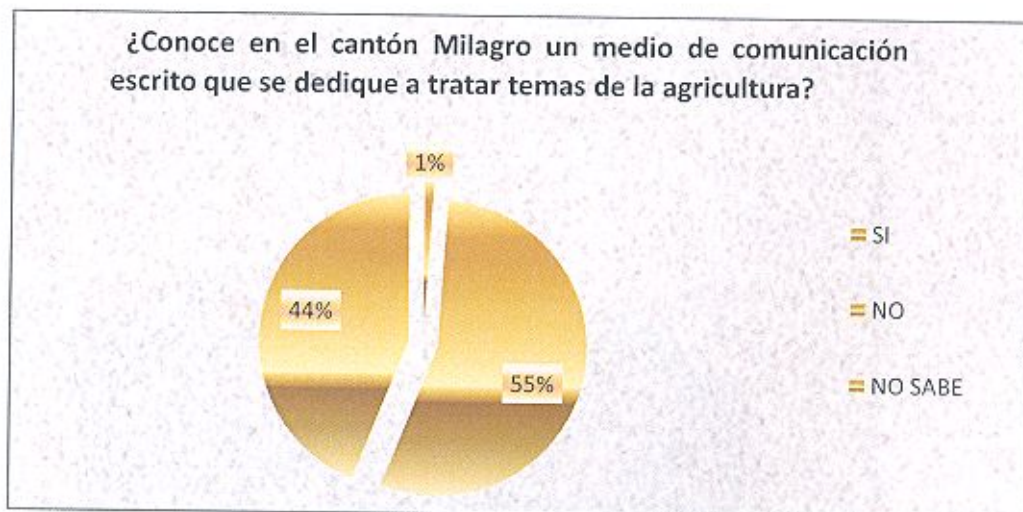
Resultado de las encuestas dirigida a la comunidad para establecer la necesidad de una Revista Agrícola para facilitar la comunicación y estimular la interactividad entre la comunidad y los sectores agrícolas por medio del medio impreso.

En nuestro proyecto utilizamos el método de encuestas para direccionarnos al público, encuestamos un total de 100 personas adultas, dándonos como resultado que la mayoría de la ciudadanía de nuestro cantón desconoce sobre los principales productos agrícolas que se generan en la urbe milagreña.

1.- ¿Conoce en el cantón Milagro un medio de comunicación escrito que se dedique a tratar temas de la agricultura?

Cuadro 7 Resultados

OPCIONES	RESULTADO	PORCENTAJE
SI	1	1%
NO	55	55%
NO SABE	44	44%
TOTAL	100	100%



Cuadro8 Estadísticas

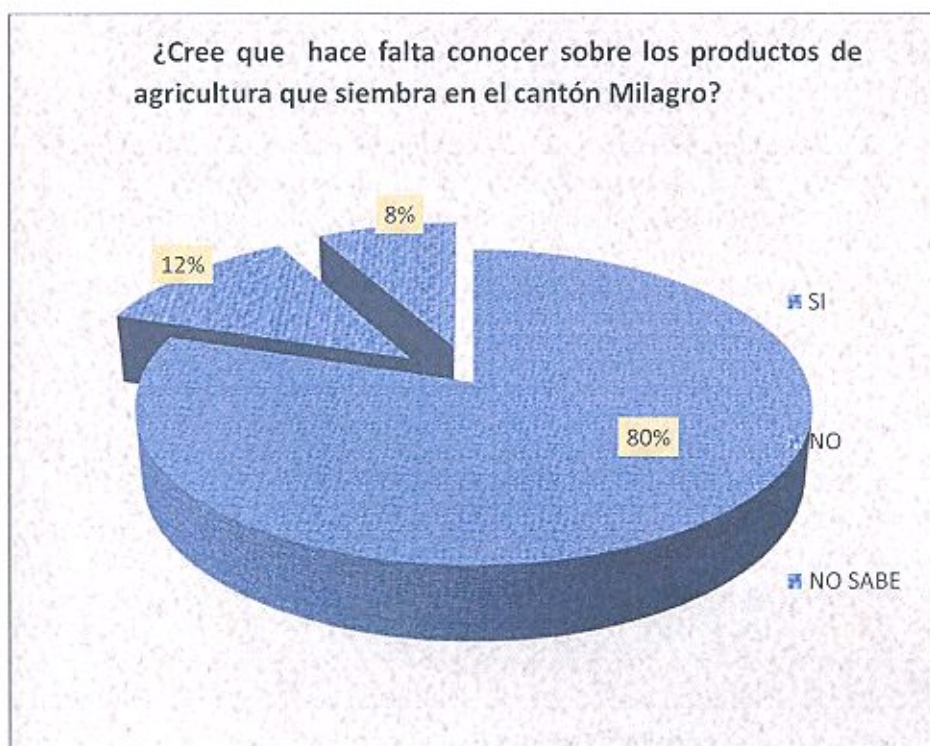
Fuente	Investigación de mercado
Realizadores	Bethzaida Lascano y Oswaldo León

Según los resultados que se dieron en nuestra encuesta el 55% no conoce un medio de comunicación dedicado a tratar temas de agricultura en nuestra ciudad, mientras que tan solo un 1% de la población dice acceder o tener conocimiento a estos tópicos, en tanto que el 44% no sabe si existe o no un medio que trate estos temas.

2.- ¿Cree que hace falta conocer sobre los productos de agrícolas que se siembran en el cantón Milagro?

Cuadro 9 Resultados

OPCIONES	RESULTADO	PORCENTAJE
SI	80	80%
NO	12	12%
NO SABE	8	8%
TOTAL	100	100%



Cuadro 10 Estadísticas

Fuente	Investigación de mercado
Realizadores	Bethzaida Lascano y Oswaldo León

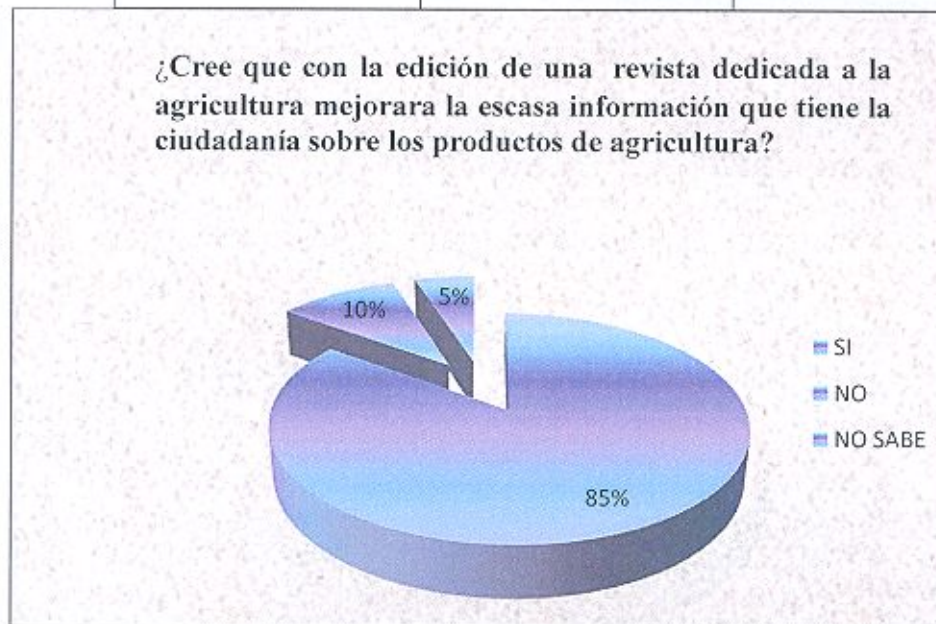
El 80% de la población de Milagro cree que hace falta información sobre los productos agrícolas que se siembran, mientras que solo un 20% entre el no y no sabe le dan poca importancia a la labor de los agricultores del cantón.

3.- ¿Cree que con la edición de una revista dedica a la agricultura mejorara la escasa información que tiene la ciudadanía sobre los productos de agricultura?

Cuadro 11 Resultados

OPCIONES	RESULTADO	PORCENTAJE
SI	85	85%
NO	10	10%
NO SABE	5	5%

TOTAL	100	100%
--------------	------------	-------------



Cuadro 12 Estadísticas

Fuente	Investigación de mercado
Realizadores	Bethzaida Lascano y Oswaldo León

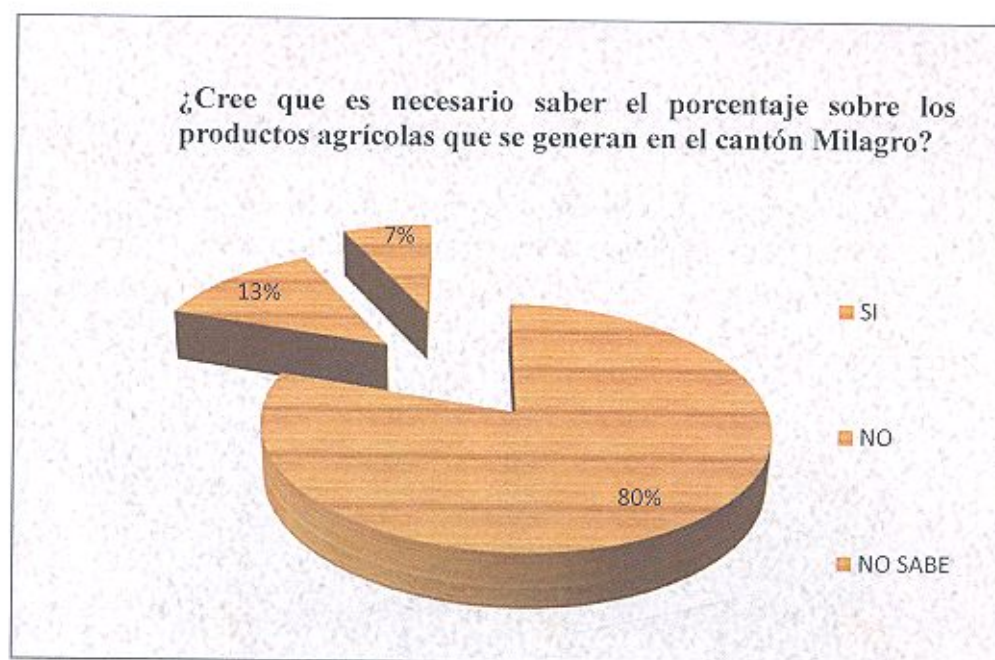
En esta pregunta, según los datos que han proporcionado los ciudadanos se nota el interés por tener información sobre los productos que se generan en el cantón con un resultado del 85% muy importante para la factibilidad de nuestro proyecto, sin embargo el 10% de nuestra población dice que la edición de nuestra revista no va a mejorar la poca información con la que cuentan y solo el 5% no sabe si la revista Agromilagro mejorara la escasa información sobre este tema.

4.- ¿Cree que es necesario saber el porcentaje sobre los productos agrícolas que se generan en el cantón Milagro?

Cuadro 13 Resultados

OPCIONES	RESULTADO	PORCENTAJE
SI	80	80%
NO	13	13%
NO SABE	7	7%

TOTAL	100	100%
-------	-----	------



Cuadro 14 Estadísticas

Fuente	Investigación de mercado
Realizadores	Bethzaida Lascano y Oswaldo León

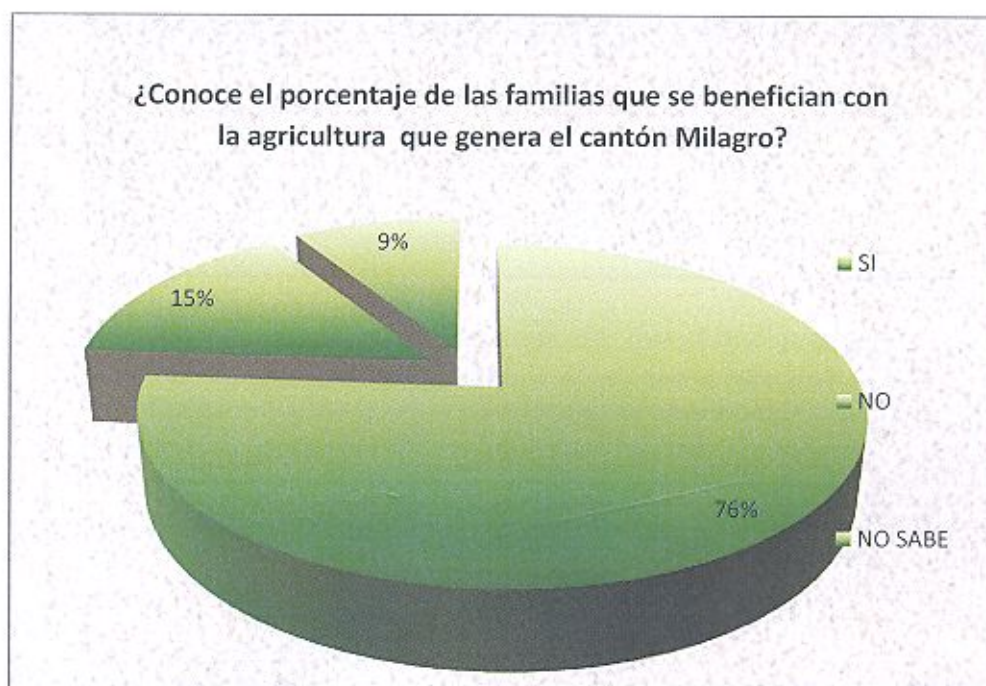
La ciudadanía de nuestro cantón según datos proporcionados, el 80% tienen un alto interés por saber el porcentaje de los productos agrícolas que se siembran, solo una minoría del 13% no cuenta con el interés de conocer los porcentajes que nuestro suelo cultiva y tan solo el 7% no sabe si es necesario o no conocer el porcentaje de lo que genera en Milagro.

5.- ¿Conoce el porcentaje de las familias que se benefician con la agricultura que genera el cantón Milagro?

Cuadro 15 Resultados

OPCIONES	RESULTADO	PORCENTAJE
SI	76	76%
NO	15	15%

NO SABE	9	9%
TOTAL	100	100%



Cuadro 16 Estadísticas

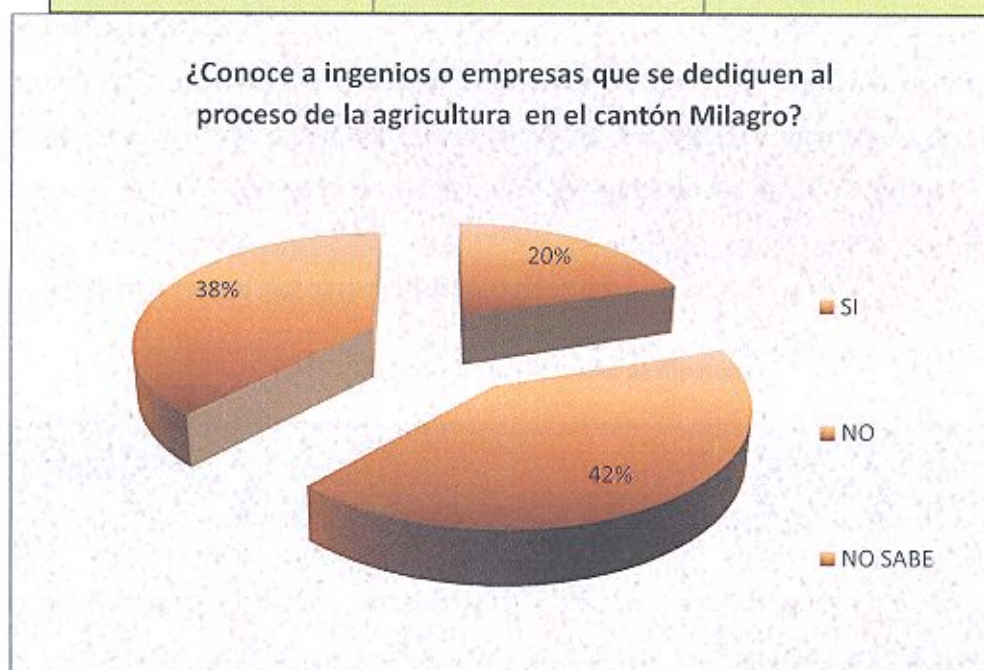
Fuente	Investigación de mercado
Realizadores	Bethzaida Lascano y Oswaldo León

Milagro es una ciudad netamente agrícola, por lo que el 76% de la población dice conocer los porcentajes de las familias que se benefician con la agricultura, y el 24% desconoce o no sabe los porcentajes, tal vez porque dependen de la actividad comercial que sustenta a esta parte de la población.

6.- ¿Conoce a ingenios o empresas que se dediquen al proceso de la agricultura en el cantón Milagro?

Cuadro 17 Resultados

OPCIONES	RESULTADO	PORCENTAJE
SI	20	20%
NO	42	42%
NO SABE	38	38%
TOTAL	100	100%



Cuadro 18 Estadísticas

Fuente	Investigación de mercado
Realizadores	Bethzaida Lascano y Oswaldo León

Como todos sabemos en nuestra ciudad existe unos de los ingenios más importantes del país, sin embargo nuestra población no conoce a otras empresas vinculadas a la agricultura y estos son los resultados que detallamos en nuestro cuadro estadístico.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

En la ciudad de Milagro en la antigüedad y hasta la actualidad no ha existido una revista que se dedique expresamente a informar sobre la agricultura, esta información se ha podido afirmar por la investigación exhaustiva, las encuestas realizadas a la comunidad sobre los medios de comunicación escrita, que nos dan la certeza para plasmar este proyecto que servirá para enriquecer culturalmente a la ciudadanía y que los agricultores, empresarios sean conocidos en la localidad.

4.3 RESULTADOS

La Comunidad indica que es necesaria la creación de una revista agrícola, debido a que existe desconocimiento de la agricultura de la localidad, empresas, e industrias que se dediquen a esto y conocer más acerca de las ventajas que proporciona los medios escritos.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Cuadro 19 Verificación de hipótesis

HIPÓTESIS GENERAL	VERIFICACIÓN
Con la investigación la ciudadanía del cantón Milagro podrá comunicarse, conocer sobre los productos agrícolas que se generan, ofrecen y se distribuyen creando muchas fuentes de información	La realización de un revista agraria en el cantón Milagro de acuerdo al criterio de la ciudadanía que fueron encuestadas, sería muy beneficioso para la urbe y recintos aledaños, pues por este medio de comunicación aumentaría la información que produce la agronomía y todo lo referente a este tema.

HIPÓTESIS PARTICULAR	VERIFICACIÓN
<p>Particular 1</p> <p>Los ciudadanos del cantón Milagro poseen poco conocimiento de todos los productos agrícolas que ofrece y los lugares donde pueden encontrarlos</p>	<p>Los gremios, asociaciones, comerciantes deberían impartir charlas a la ciudadanía dando conocimiento sobre la agricultura de nuestra ciudad y las ventajas que se obtiene</p>
<p>Particular 2</p> <p>La ausencia de interés y amor de parte de los propietarios medios de comunicación escrita y televisiva incide en que haya poco conocimiento sobre este tema.</p>	<p>La poca importancia que le han dado los medios de comunicación a este tema hace que la ciudadanía considere estos temas sin relevancia.</p>
<p>Particular 3</p> <p>Conocer cuantas fuentes de trabajo existen gracias a la agricultura general de la ciudad de milagro</p>	<p>Las fuentes de trabajos son generadas gracias a la producción del azúcar, siembra y venta del cacao, banano y la piña muchas familias son beneficiadas gracias a estos productos agrícolas</p>

CAPÍTULO V

PROPUESTA

Hemos visto factible realizar un medio de comunicación escrito, la revista "Agromilagro", la cual informará sobre de temas agrícolas extendiendo su cobertura e, implementando diversos esquemas periodísticos impulsando soluciones a corto o largo plazo que ayuden a mejorar el entorno social en que vivimos y de esta forma convertirnos en un medio de comunicación de calidad que trasciendan a otras provincias, contribuirá a formar una imagen diferente de nuestro cantón, convirtiéndose esto en nuestra mayor consigna y generar un alto nivel de aprobación.

Partes que conforman la revista

A) El cabezote

Para una buena publicación lo más importante es la marca y ala presentación de la revista. Para esto se debe tener una imagen de impacto que llegue a cautivar la parte visual de los lectores. La ubicación del cabezote en la portada también es clave, pues con esto se está definiendo un sistema de comunicación entre el espectador y la publicación.

B) La infografía o fotografías

Es una representación más visual que la propia de los textos, en la que intervienen descripciones, narraciones o interpretaciones, presentadas de manera gráfica normalmente figurativa, que pueden o no coincidir con grafismos abstractos o sonidos.

D) Antetítulos

Los títulos constituyen uno de los elementos que contribuyen más notoriamente a la presentación de la noticia; pero muchas veces no es posible decirlo todo en el título, ya que tiene que ser breve. Por eso se hace uso de los antetítulos y de los subtítulos, que ofrecen más datos sobre la noticia que se quiere destacar.

G) Subtítulo o entradilla

Un subtítulo es un texto que aparece en el borde inferior de una imagen, con frecuencia sobre impuesto a ella, aportando información adicional sobre la misma o traduciendo una narración o diálogo conducido en un idioma extranjero y las entradillas es el modo en que se inician las noticias.

5.1 TEMA

Edición de un medio de comunicación impreso (revista) sobre los principales productos agrícolas del cantón Milagro.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

Revista

Es una publicación impresa que es editada de manera periódica (por lo general, semanal o mensual). Al igual que los diarios, las revistas forman parte de los medios gráficos, aunque también pueden tener su versión digital o haber nacido directamente en Internet.

Procesos de la revista

El primer paso es redactar y comprobar la viabilidad de la idea, para ello hay que redactar un proyecto editorial que incluya:

1. Público objetivo de la revista y análisis socio-demográfico. Audiencia que se aspira alcanzar: su número, segmentos de preferencia (popular o revista de referencia profesional o social).
2. Resumen ejecutivo sobre el proyecto editorial. Establecer la línea editorial de la nueva revista, contenidos, estilo y presentación que se adapta mejor al público. Es decir establecer las intenciones de fondo que inspirarán a la publicación y que guiarán su desarrollo a lo largo del tiempo. Además habrá que incluir las prioridades informativas de la revista y el estilo general (noticioso, analítico, etc.)
3. Ideas para el plan de negocio. Resumen de las oportunidades de negocio y análisis de la competencia en el ámbito concreto. En definitiva, explicar porqué alguien debería invertir en el proyecto.

5.3 JUSTIFICACIÓN

Consideramos factible editar la revista “Agromilagro” con el fin de que la información recopilada sirva para mostrar los sucesos que ocurren en el sector agrícola del cantón.

La propuesta para esta investigación será crear un medio de comunicación impreso el cual se centrará en estos temas y responderá a todas las exigencias de sus lectores. Siendo necesario para la sociedad ya que en la urbe no circula un medio de comunicación con estas características.

Esta revista tendrá el contenido informativo de los principales productos agrícolas que se siembra, industrializa y comercializa. Además de noticias varias como son estadísticas, anécdotas y varios temas que interesen al lector.

Actualmente es de gran importancia el tema de la agricultura porque esta influye directamente con la economía local, regional y nacional siendo indispensable para el desarrollo socio económico del lugar en que se genera.

Por lo tanto nuestro proyecto se fundamenta en la constitución vigente como indica en los artículos:

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

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

Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Art. 19.-La ley regulará la prelación de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1. Objetivo general de la propuesta

Informar a la urbe de temas trascendentes en el sector económico primario como es la agricultura, mediante un medio de comunicación que de apertura a la información en éste ámbito.

5.4.2. Objetivos específicos de la propuesta

- Editar un medio de comunicación impreso que permita a los lectores acceder a información real, de interés y que este apegado a la ética periodística.
- Convertir a la revista Agromilagro como guía de información agrícola mensual.
- Ilustrar culturalmente por medio de reportajes, editoriales, estadísticas, infografías y otros géneros periodísticos sobre los eventos en el sector agrícola.

5.5 UBICACIÓN

Ubicación de la revista agrónoma “Agromilagro”

Cuadro 20 Ubicación

País	Ecuador
Provincia	Guayas
Cantón	Milagro

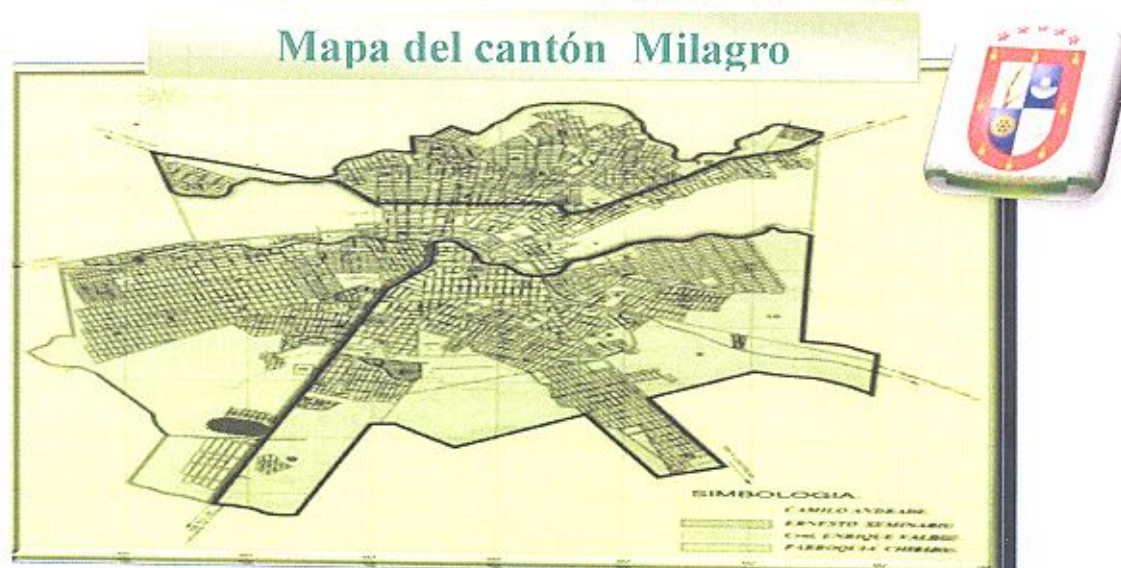


Figura 12: Mapa del cantón Milagro

Fuente: <http://www.geobis.com/mdi/ecuadorprincipal.htm>

5.6 FACTIBILIDAD

El presente proyecto fue factible realizarlo por la colaboración de varios sectores agrícolas, quienes nos brindaron información necesaria para que esta propuesta sea ejecutable y así poder brindar a la ciudadanía un medio de comunicación escrito en el cual se puede enriquecer sus conocimientos culturalmente sobre este tema.

5.7. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

La propuesta, realizar una revista involucra al sector agrícola del cantón Milagro y los sectores aledaños como lo son Mariscal Sucre, Lorenzo de Garaicoa, Simón Bolívar Carrizal, Roberto Astudillo tendrá como propósito informar sobre origen, desarrollo de la agricultura, empresas e ingenios, productos como la caña de azúcar, cacao, banano, piña y los viveros.

5.7.1 Actividades

Actividades referentes al proceso de elaboración del material gráfico de la propuesta llamada Agromilagro

Cuadro 21 Actividades

ACTIVIDAD	FECHA
Encuestas	Agosto
Entrevistas	Agosto
Redacción	Octubre
Edición	Noviembre
Impresión	Noviembre

5.7.2 Recursos, análisis financiero

Recurso Humano

El talento humano que se utilizará en este proyecto son profesionales capacitados los cuales se describen a continuación.

Gastos de sueldos

Cuadro 22 Gastos de sueldos

PERSONAL	CANTIDAD	SUELDOS UNIDADES	TOTALES
Reporteros	1	200.00	200.00
Publicista	1	200.00	200.00
Productor y Director	1	500.00	500.00
Contador	1	200.00	200.00
Diagramador	1	400.00	400.00
TOTAL	11		1.500.00

Recursos tecnológicos y medios de trabajo

Cuadro 23 Gastos de recursos tecnológicos

ARTICULOS	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
Cámara fotográfica	2	50,00	100,00
Computadora	1	800,00	800,00
Movilización		50,00	50,00
Internet		30,00	50,00
Grabadora	2	50,00	100,00
Chalecos	2	10,00	20,00
Impresión de ejemplares		300.00	300.00
TOTAL			1,420,00

Recursos de Infraestructura física

Cuadro 24 Gastos de infraestructura

ARTICULOS	VALORES	TOTALES
Alquiler	80,00	80,00
Muebles de oficina	500,00	500,00
Servicios básicos	50,00	50,00
TOTAL		630,00

Recursos Financieros

Cuadro 25 Recursos financieros

Gastos de sueldos	1.400,00
Recursos tecnológicos y medios de trabajo	1,420,00
Recursos de Infraestructura física	630,00
TOTAL	3.450,00

5.7.3 Impacto

La revista agrónoma "Agromilagro" tiene la meta de informar, educar, entretener a la comunidad. La ideología principal de este proyecto, es con el fin de obtener un espacio comunicativo televisivo importante en la comunidad, que sea líder cubriendo los acontecimientos más relevantes a nivel local y a su vez generar fuentes de empleos y subempleos.

5.7.4 Cronograma

Actividades	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Investigación de los temas a tratar		■			■			■				■				
Llenar encuestas en mercados con mayor afluencia de comerciantes					■											
Entrevista a profesionales de la ciudad de Milagro y sectores aledaños									■	■						
Investigación de proyectos similares			■													
Procedimiento y análisis de resultado								■								
Elaboración de propuesta												■				
Correcciones varias					■						■			■		
Entrega de proyecto														■		

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

Se fundamentan en las conclusiones de un proceso de observación, análisis y evaluación en relación a los resultados que establecerá la propuesta en los que la ejecuten:

1. Comunicadores motivados a participar y laborar en un entorno periodístico escrito.
2. Empresarios, agricultores comprometidos a colaborar en un ambiente de información actualizada incentivando a la población a cambiar a una sociedad participativa de todos los eventos que se suscitan en su espacio.
3. Comunidad mejor informada y presta a ejercer un eficiente flujo de información concerniente a temas de su interés.
4. Informadores demostrando un desenvolvimiento eficaz en todas las actividades periodísticas, con un nivel óptimo de aceptación en el área laboral, como efecto del reconocimiento en base a la calidad de enseñanza actualizada que posee la Institución en la colectividad.
5. La ciudadanía satisfecha y complacida por los servicios de información y apertura a la participación que brinda el portal periodístico contemporáneo, presentando comentarios positivos del mismo.
6. Enseñanza práctica y actualizada que conlleva comunicadores apasionados por ejercer su profesión, que descubren y participan de nuevas plazas de trabajo.

Conclusiones

- Luego de haber empleado las encuestas podemos constatar que es necesario saber sobre este tema de gran importancia para la comunidad.
- La realización de un medio de comunicación escrito como es una revista, tendría una buena aceptación en el cantón Milagro, mercado en el cual no se ha realizado ninguna hasta la actualidad.
- Podemos destacar que la realización de una revista fomentaría de una manera más acertada el incremento de empleos y subempleos en el cantón.
- Para los empresarios e inversionistas sería una gran opción en realizar una revista agropecuaria porque ayudaría a la fomentación del público lector que se interesaría por los productos agrícolas que se genera en su tierra.
- La revista agrícola se transformaría en un gran anexo de quienes están involucrados en el ámbito de la agricultura y publicitar sus productos y servicios.

Recomendaciones

- Concesión de los objetivos y el crecimiento económico de la empresa se recomienda realizar algunos aspectos.
- Realizar la revista Agromilagro para el cantón sería una opción visionaria.
- Satisfacer las necesidades del consumidor final el lector y recibir
- Poner a disposición de las empresas, industrias, asociaciones y grupos que se dediquen a la agricultura, un producto periodístico en el cual se sientan identificados.
- Exponer este trabajo comunicativo a otros sectores del país con el fin de crear anexos con otras empresas.

Lincografía

www.aspec.org.pe/investigaciones/inv200503.asp

www.procana.org/canazuc.htm

www.minag.gob.pe/azucar_prod.shtml

www.aspec.org.pe/investigaciones/inv200503.asp

www.minag.gob.pe

www.lamolina.edu.pe

www.Genriquez@iica.ac.cr

www.PeriódicoElProductor.com.ec

www.elagro.com.ec

<http://espacioliterario.obolog.com/revista-239126>

Ficha histórica del Ingenio Valdez

www.cfemerides.ec

Bibliografía

MARIDUEÑA, Víctor Hugo: *El Milagro De Milagro*, pág. 1

CHIRIBOGA, Manuel: *“Jornaleros Y Granpropietarios En 135 Años De Exportación Cacaotera”*

RANDOLPH HEARST, William: *La Historia Del Periodismo*. Pág. 11

RODRÍGUEZ RUIBAL, *“Periodismo Turístico”* pág. 12

TUBAU, Iván: *Teoría Y Práctica Del Periodismo Cultural* pág. 13

DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA DE LA LENGUA ESPAÑOLA (DRAE)

A

N

E

X

O

S

ANEXO 1

ENCUESTA A LA CIUDADANIA

MARQUE CON UNA "X" LO QUE CONSIDERE CONVENIENTE

¿Conoce en el cantón Milagro un medio de comunicación escrito que se dedique a tratar temas de la agricultura?

- SI -----
- NO -----
- NO SABE -----

¿Cree que hace falta conocer sobre los productos de agricultura que siembra en el cantón Milagro?

- SI -----
- NO -----
- NO SABE -----

¿Cree que con la edición de una revista dedica a la agricultura mejorara la escasa información que tiene la ciudadanía sobre los productos de agricultura?

- SI -----
- NO -----
- NO SABE -----

¿Cree que es necesario saber el porcentaje sobre los productos agrícolas que se generan en el cantón Milagro?

- SI -----
- NO -----
- NO SABE -----

¿Conoce el porcentaje de las familias que se benefician con la agricultura que genera el cantón Milagro?

- SI -----
- NO -----
- NO SABE -----

¿Conoce a ingenios o empresas que se dediquen al proceso de la agricultura en el cantón Milagro?

- SI -----
- NO -----
- NO SABE -----

ENTREVISTAS

Topógrafo. Julio Montesdeoca

- ✓ ¿En la actualidad que tan indispensable es para los cultivos la nivelación de los suelos?
- ✓ ¿Qué piensa usted sobre las empresas que difunden revistas para su propio beneficio?
- ✓ ¿Cuántos medios de agricultura conoce usted?

Tecnóloga en alimentos. Iliana Armendáris

- ✓ ¿Cree usted que es necesario un medio de comunicación agrícola en Milagro?
- ✓ ¿Cuáles son los porcentajes de vitaminas que poseen estos productos alimenticios?
- ✓ ¿Cuán importante es para los niños el consumo de los productos sin procesar?

Ingeniero Agrónomo. Vicente Plúas

- ✓ ¿Considera que el terreno existente en Milagro es de gran beneficio para la agricultura?
- ✓ ¿Cuántas familias se benefician de la agricultura para mejorar sus ingresos económicos en el cantón Milagro?
- ✓ ¿Existe capacitación para los agricultores de la ciudad?

ANEXO 2
FOTOS



Labores agrícolas en el campo



Vivero Aidita y sus variedades de plantas



Variedades de árboles, en los viveros



Monumento a la piña Milagrosa