

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
PLAN EXCEPCIONAL DE TITULACIÓN DE
ANTIGUOS ESTUDIANTES NO GRADUADOS (PETAENG)



TRABAJO DIRIGIDO

**Para optar al grado académico de Licenciatura en Ciencias de la
Comunicación Social**

**“DISEÑO DE UNA REVISTA COMO MEDIO INFORMATIVO
EN LA SUBALCALDÍA DEL DISTRITO MUNICIPAL 3
DE LA CIUDAD DE EL ALTO”**

Autor: Lourdes Calle Mendoza

Tutor: Dr. Alex Alberto Chamán Portugal

LA PAZ – BOLIVIA

2020

“El secreto del éxito desde una perspectiva empresarial es tener una incansable, eterna e inextinguible sed de información y conocimiento”.

Paul Tudor Jones, empresario

DEDICATORIA:

A Dios todo poderoso, por quien vivo, pienso y logro. A mi encantador hijo, Luis Fernando Vargas Calle; quien me dio fuerzas a seguir adelante.

A mis adorables padres, Natividad Mendoza y Félix Calle, quienes siempre me apoyaron, con sus consejos, amor, paciencia y lealtad.

A toda mi familia quienes me apoyaron con su comprensión para lograr este trabajo.

Lourdes Calle Mendoza.

AGRADECIMIENTOS:

Se agradece a todos los docentes que me transmitieron sus conocimientos, desde el inicio hasta la culminación de este gran estudio universitario.

Así también se agradece y se deja constancia de la valiosa cooperación prestada a este trabajo por el guía y mentor Dr. Alex Alberto Chamán Portugal, por su tiempo y dedicación.

Se agradece al Gobierno Autónomo Municipal de El Alto (GAMEA), por su valiosa cooperación.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA -----	I
PORTADILLA -----	II
DEDICATORIA -----	III
AGRADECIMIENTOS -----	IV
ÍNDICE DE CONTENIDOS -----	V
ÍNDICE DE CUADROS Y FIGURAS -----	X
RESUMEN EJECUTIVO -----	XII

CAPÍTULO I

SECCIÓN DE DESARROLLO

1.1. INTRODUCCIÓN -----	2
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA -----	5
1.2.1. Formulación del problema-----	8
1.3. OBJETIVOS -----	8
1.3.1. Objetivo general -----	8
1.3.2. Objetivos específicos-----	9
1.4. JUSTIFICACIÓN -----	9
1.5. DELIMITACIÓN -----	11
1.5.1. Delimitación temática-----	11
1.5.2. Delimitación espacial-----	11
1.5.3. Delimitación temporal-----	12

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO/CONCEPTUAL

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN -----	14
2.2. BASES TEÓRICAS -----	15
2.2.1. MEDIOS IMPRESOS DE COMUNICACIÓN -----	15
2.2.1.1. La Revista -----	16
2.2.1.1.1. Origen de la Revista-----	18

2.2.1.1.2.	Importancia de la revista-----	18
2.2.1.1.3.	Tipos de Revistas-----	20
2.2.1.1.4.	Alcance de la revista-----	21
2.2.1.1.5.	Características de la revista-----	21
2.2.1.2.	Revista Institucional-----	23
2.2.1.2.1.	Importancia de la revista institucional-----	25
2.2.1.2.2.	Funciones de las revistas institucionales-----	26
2.2.1.2.3.	Elementos de una revista institucional-----	26
2.2.2.	COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN-----	27
2.2.3.	LA COMUNICACIÓN EN INSTITUCIONES PÚBLICAS-----	31
2.2.3.1.	Concepto de Función Pública-----	36
2.2.3.2.	Concepto de Información Pública-----	36
2.2.4.	COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO-----	37
2.2.5.	COMUNICACIÓN DEMOCRÁTICA-----	39
2.2.6.	DESARROLLO Y DISEÑO DE LA REVISTA-----	41
2.2.6.1.	Desarrollo de la Revista-----	41
2.2.6.2.	Funciones y Tareas del Diseñador en las Revistas-----	42
2.2.6.3.	Diagramación / maquetación-----	43
2.2.6.4.	La Tipografía en las Revistas -----	45
2.2.6.5.	Técnicas Gráficas de Impresión -----	46
2.2.6.6.	Interiores -----	46
2.2.6.7.	Encuadernación -----	47

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1.	METODOLOGÍA-----	49
3.2.	MÉTODO-----	49
3.3.	ESTRUCTURAL- FUNCIONALISMO-----	49
3.4.	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN (cualitativo-cuantitativo)- -----	50
3.4.1.	Método cualitativo-----	50
3.4.2.	Método cuantitativo-----	51

3.5.	TIPO DE ESTUDIO -----	52
3.5.1.	Estudio descriptivo-----	52
3.6.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN -----	53
3.7.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS -----	57
3.7.1.	Técnicas -----	58
3.7.1.1.	Observación directa participante-----	58
3.7.1.2.	Entrevista dirigida a informantes claves-----	59
3.7.1.2.1.	Entrevista Semiestructurada-----	60
3.7.1.3.	La encuesta-----	60
3.7.2.	Población -----	61
3.7.2.1.	Determinación de la muestra-----	62
3.7.2.2.	Tipo de muestra -----	63
3.7.2.2.1.	muestreo por conveniencia-----	64
3.7.2.2.2.	muestreo intencionado o deliberado-----	64
3.7.3.	Instrumentos -----	65

CAPÍTULO IV

MARCO INSTITUCIONAL

4.1.	HISTORIA DE LA CIUDAD DE EL ALTO -----	68
4.1.1.	Características del crecimiento urbano de El Alto-----	71
4.1.2.	Proceso de urbanización – 1940-----	71
4.1.3.	Crecimiento de la Mancha Urbana -----	74
4.2.	PROCESO DE DISTRITACIÓN -----	75
4.3.	SUBALCALDÍA DISTRITO 3 -----	76

CAPÍTULO V

DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA Y RESULTADOS

5.1.	DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA -----	79
5.2.	INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS -----	87
5.2.1.	Encuesta - Anexo 1 -----	87
	• Datos generales-----	89

5.2.2.	Entrevistas a Autoridades y Dirigentes Vecinales - Anexo 2-----	100
•	Entrevistas a Autoridades Municipales - Anexo 2-----	101
•	Entrevista a Dirigentes Vecinales - Zona Villa Adela Distrito 3-----	113

CAPÍTULO VI

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1.	PROPUESTA COMUNICACIONAL-----	125
6.1.1.	Descripción resumida de la acción-----	125
6.1.1.1.	Objetivos de intervención -----	125
6.1.1.2.	Resumen de la estructura del suplemento – secciones -----	126
6.1.1.3.	Destinatarios-----	127
6.1.1.4.	Dirección-----	128
6.2.	DIAGRAMACIÓN DE LA REVISTA-----	128
6.2.1.	Diagramación-----	128
6.2.2.	Descripción del contenido de la revista-----	128
6.2.2.1	Diagramación de la Portada-----	129
6.2.2.2.	Portada de la Revista como medio informativo -----	129
6.2.2.3.	El Logotipo -----	130
6.2.2.4.	El Slogan-----	131
6.2.2.5.	Historia de la Ciudad de El Alto- reverso-----	131
6.2.2.6.	Presentación – reverso-----	132
6.2.2.7.	Diversidad de fotos sobre variadas obras – anverso -----	133
6.2.2.8.	Contratapa-----	134
6.2.2.9.	Páginas Interiores – Primera y Segunda Sección-----	135
6.2.2.9.1.	Contenido - primera sección “Subalcaldía Informa” -----	135
6.2.2.9.2.	Contenido-segunda sección “Conociendo Nuestras Actividades” -	138
6.2.2.10.	Tipología del color-----	139
6.2.2.11.	Fotografías o Ilustraciones-----	139
6.2.2.12.	Géneros Periodísticos -----	140
6.2.2.12.1.	Género Informativo -----	140
6.2.2.12.1.1.	La Noticia -----	140

6.2.2.12.1.1.1. Las Fuentes Noticiosas-----	140
6.2.2.12.1.1.2. La entrevista-----	141
6.3. ELEMENTOS FÍSICOS DE LA REVISTA IMPRESA-----	141
6.3.1. Formato-----	141
6.3.2. El Maquetado-----	141
6.3.3. El Material-----	142
6.3.4. La Encuadernación-----	142
6.4. CRITERIOS- DISEÑO E IMPORTANCIA DE LA REVISTA	
INFORMATIVA-----	142
6.5. PRESUPUESTO-----	144
6.6. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES-----	144
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES-----	146
BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES-----	151
ANEXO 1-----	159
ANEXO 2-----	160
ANEXO 3-----	162

ÍNDICE DE CUADROS, GRÁFICOS, TABLAS Y FIGURAS

CUADRO 1. LA COMUNICACIÓN	29
CUADRO 2. DISEÑO METODOLÓGICO	55
CUADRO 3. PROPUESTA METODOLÓGICO	55
CUADRO 4. TEORÍA TRADICIONAL	56
CUADRO 5. DISEÑO COMUNICACIONAL	56
CUADRO 6. ENTREVISTAS AUTORIDADES SUBALCALDÍA D-3	102
CUADRO 7. ENTREVISTA DIRIGENTES VECINALES	113
FIGURA 1. MODELO DE SHANNON Y WEAVER	65
FIGURA 2. ESQUEMA DE LA REVISTA IMPRESA	66
FIGURA 3. PORTADA DE LA REVISTA	129
FIGURA 4. LOGOTIPO DE LA REVISTA	130
FIGURA 5. SLOGAN DE LA REVISTA	131
FIGURA 6. BREVE RESEÑA HISTÓRICA DE LA CIUDAD DE EL ALTO	132
FIGURA 7. LA PRESENTACIÓN	133
FIGURA 8. DISTINTAS OBRAS Y ACTIVIDADES - REVERSO	134
FIGURA 9. CONTRATAPA DE LA REVISTA	135
FIGURA 10. EL CONTENIDO – PRIMERA SECCIÓN	136
FIGURA 11. EL CONTENIDO – SEGUNDA SECCIÓN	138
GRÁFICO 1. DATOS DE OBRAS - ENERO A JUNIO 2019	86
GRÁFICO 2. ENCUESTA SEGÚN SEXO	89
GRÁFICO 3. ¿CONOCES LAS OBRAS QUE SE ENCUENTRAN EN EJECUCIÓN Y/O EJECUTADAS EN LA SUBALCALDÍA DEL DISTRITO 3?	90
GRÁFICO 4: ¿SABES QUÉ TIPO DE OBRAS (PLAZAS, SEDES SOCIALES, PARQUES, ENLOSETADOS, ETC.) REALIZA LA SUBALCALDÍA PARA LA MEJORA DE LAS URBANIZACIONES?	91
GRÁFICO 5: ¿QUÉ OBRAS?	92
GRÁFICO 6: ¿ESTÁS DE ACUERDO CON LAS OBRAS EN EJECUCIÓN Y/O EJECUTADAS QUE REALIZA LA SUBALCALDÍA DEL DISTRITO 3?	93
GRÁFICO 7: ¿TE GUSTARÍA CONOCER MÁS DETALLES RESPECTO A LAS OBRAS EJECUTADAS EN TU DISTRITO 3?	94

GRÁFICO 8: ¿ESTARÍAS DE ACUERDO CON LA PUBLICACIÓN DE UNA REVISTA INFORMATIVA ACERCA DE LAS ACTIVIDADES Y OBRAS QUE EJECUTA LA SUBALCALDÍA EN TU DISTRITO? _____	95
GRÁFICO 9: ¿CONOCES EL MONTO ECONÓMICO QUE INVIERTE LA SUBALCALDÍA DEL DISTRITO 3 PARA LA EJECUCIÓN DE PROYECTOS EN LAS URBANIZACIONES? _____	96
GRÁFICO 10: LA PUBLICACIÓN DE UNA REVISTA INFORMATIVA SOBRE LAS ACTIVIDADES Y OBRAS QUE REALIZA LA SUBALCALDÍA DEL DISTRITO MUNICIPAL 3 ¿TE AYUDARÍA A MEJORAR EL NIVEL DE TU INFORMACIÓN? _____	97
GRÁFICO 11: ¿CÓMO CREES QUE LA REVISTA INFORMATIVA TE AYUDARÍA EN LA TOMA DE DECISIONES A NIVEL SOCIAL? _____	98
GRÁFICO 12: ¿CADA QUÉ TIEMPO SE DEBERÍA INFORMAR, A TRAVÉS DE LA REVISTA, SOBRE LAS ACTIVIDADES Y OBRAS QUE REALIZA LA SUBALCALDÍA? _____	99
TABLA 1. DISTRIBUCIÓN DE EQUIPAMIENTOS _____	84
TABLA 2. DATOS GENERALES DE OBRAS _____	85
TABLA 3. RESUMEN DE LA ESTRUCTURA DE LA REVISTA _____	126
TABLA 4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES _____	144

RESUMEN EJECUTIVO

Nº	Detalle	Descripción
1	Nombre del proyecto	DISEÑO DE UNA REVISTA COMO MEDIO INFORMATIVO EN LA SUBALCALDÍA DEL DISTRITO MUNICIPAL 3 DE LA CIUDAD DE EL ALTO.
2	Beneficiarios	Vecinos del distrito 3 de la ciudad de El Alto
3	Responsable	Lourdes Calle Mendoza- Egresada de la carrera de Ciencias de la comunicación social- UMSA
4	Diagnóstico y propuesta	<p>Actualmente se distingue un problema entre muchos otros. Se observa la falta de información y comunicación en la Subalcaldía del distrito municipal 3 de la ciudad de El Alto. Los vecinos del Distrito 3 desconocen el accionar de la institución pública en cuanto a obras y actividades que puede ayudar en la toma de decisiones a nivel personal y social. Los mecanismos de información con los que cuenta la Subalcaldía del distrito 3 carecen de eficacia, trascendencia y no son suficientes para generar un producto de información con planteamientos y propuestas comunicacionales para crear una relación de opinión entre institución y vecinos del distrito 3.</p> <p>La propuesta fundamental de la investigación, consiste en crear la revista para informar y sensibilizar a los vecinos del distrito 3 en temas de ejecución de obras y actividades que realiza la Subalcaldía en el periodo del primer semestre (enero a junio) de la gestión 2019.</p> <p>La información es un derecho que todo ciudadano debe tener y la revista es un medio de información que cuenta con el uso adecuado de fotografías, lenguaje sencillo y apropiado en el género periodístico informativo. El diseño de la revista es un trabajo coordinado que genera reacción, interés y conciencia en el lector. Es un producto esencial para la institución y también para el vecino, ya que el material es distribuido de manera gratuita con el fin de que los vecinos tengan conocimiento de los trabajos que realiza la institución pública. El ingreso económico, para otras ediciones de la revista, se prevé generar a través de la venta de publicidad, a todo tipo de empresas privadas e instituciones públicas.</p> <p>La revista como medio informativo denominado Boom Vecinal ¡Utha Che...! en su primera edición como muestra (diciembre 2019) es financiado por la Subalcaldía municipal del distrito 3 con un monto de 8.000 bolivianos para 1000 ejemplares del producto.</p> <p>En lo posterior, tras la aprobación del trabajo de grado, la propuesta será presentado al Gobierno Autónomo Municipal de El Alto a través de la Subalcaldía del distrito 3, con el fin de generar otras ediciones de la revista, el cual se autofinancia a través de publicidades.</p> <p>La propuesta de la revista Boom Vecinal ¡Utha Che...! es trimestral y es puesta en consideración para una posterior publicación en base al análisis y evaluación que realicen los principales actores del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto a través de la Subalcaldía del distrito 3 y juntas vecinales.</p> <p>La cantidad de publicidad que se haya obtenido será clave para el autofinanciamiento de la revista con el objetivo de llegar, por lo menos, a 1000 vecinos cada tres meses.</p> <p>Los impulsores de este trabajo son; Lic. en Ciencias de la Educación, Ana María Crispín, Subalcaldesa del distrito municipal 3 de la ciudad de El Alto, Control Social del distrito 3, Celso Chambi, y mi persona, Lourdes Calle Mendoza, egresada de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés.</p>

		<p>Los propulsores de este trabajo tienen el interés de poder brindar información a los vecinos, quienes a veces no toman interés de los trabajos que realiza la Subalcaldía y el presupuesto que invierte en obras para cada urbanización. Las autoridades son los principales ejes del proyecto, ya que son ellos los que tienen la información y los datos de mayor relevancia en sus manos.</p> <p>Asimismo; se espera que este trabajo, en las próximas ediciones, pueda autofinanciarse mediante la publicidad que permite anuncios de distintas empresas privadas e instituciones públicas, donde además se ofrece; una publicación gratuita por dos anuncios que transmitan (no tiene nada que perder y mucho que ganar). A los usuarios que oferten dos anuncios, se les ofrece un anuncio gratis. Cuando vean que realmente vendan más o se haga más visible su publicidad, estarán dispuestos a seguir pagando por él.</p> <p>Tras el primer semestre del año, a los usuarios que ya son clientes y cuando renueven sus contratos, se les ofrece impresión publicitaria gratuita en el centro de la revista y así ganarán estrellas de reputación por cada semestre del año que hayan estado operando en la revista.</p>
5	Descripción del Problema	<p>El problema que se observa en la Subalcaldía del distrito 3 es la desinformación que tienen los vecinos a cerca de la ejecución de obras y actividades municipales. Ante ese contexto se evidencia que la falta de información causa: la toma de decisiones inadecuadas a nivel social, la falta de interés del vecino a cerca de los trabajos que realiza la Subalcaldía en sus barrios, la falta de un área de comunicación en la Subalcaldía, la falta de conocimiento en cuanto al presupuesto que los mismos ciudadanos generan a través del pago de impuestos, y entre otros. Estos resultados son a causa de la poca importancia que se le da a la comunicación e información al interior de la Subalcaldía del distrito municipal 3.</p>
6	Formulación del problema	<p>¿Cómo resuelve la Subalcaldía del distrito 3 de El Alto la desinformación en los vecinos respecto a las actividades y proyectos municipales del primer semestre de la gestión 2019?</p>
7	Justificación	<p>La Subalcaldía del distrito municipal 3 de la urbe alteña no tuvo la oportunidad de realizar y publicar una revista dirigido a los vecinos para mostrar los trabajos que realizan en temas de interés social (obras y actividades) en las diferentes zonas, ya que la institución no cuenta con un área de comunicación para generar este tipo de información para la población. Es por ello que existe la necesidad de crear, promover e implementar este tipo de medio informativo en la Subalcaldía del distrito 3.</p>
8	Objetivos	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Promover la publicación periódica de una revista denominada “Boom Vecinal ¡Utha Che...!” como medio informativo en la Subalcaldía del distrito 3 de El Alto, con el propósito de que los vecinos conozcan los proyectos y actividades municipales en aras del fortalecimiento institucional.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentar la revista “Boom Vecinal ¡Utha Che...!” como medio informativo, referente a las obras y actividades que realiza la Subalcaldía del distrito 3, con el fin de que los vecinos logren tener conocimiento del desarrollo social en su distrito.

		<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar las diferentes secciones de la revista donde se presentan los contenidos y se muestra la estructura de este medio impreso • Establecer contactos con autoridades municipales, dirigentes vecinales y población para adquirir mayor información acerca de los proyectos y actividades municipales que ejecuta la Subalcaldía del distrito 3 y que a su vez estén al tanto del trabajo de la revista que será como un archivo institucional.
9	Estrategias de intervención	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se obtuvo datos importantes del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto (GAMEA) a través de entrevistas a las autoridades de la Subalcaldía del distrito 3, con el fin de mejorar y promover la comunicación e información entre autoridades y vecinos. 2. Se realiza el trabajo periodístico de temas relevantes como: la toma de fotografías y entrevistas a autoridades durante el primer semestre (enero a junio) de la gestión 2019. 3. Se retorna al lugar de trabajo, para seleccionar las notas periodísticas más importantes y de interés sobre la entrega de obras y las diferentes actividades en las que participa la Subalcaldía del distrito 3; material que se sintetiza y se puso en la revista para que la población pueda conocer y estar informada. 4. Se realiza encuestas a algunos vecinos de la zona de Villa Adela como una parte de la muestra del distrito 3, porque es necesario saber el nivel de conocimiento e información que tiene el vecino respecto a la ejecución de obras y actividades que realiza la Subalcaldía.
10	Resultados	<p>METAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • En la primera edición como muestra, se pretende llegar a 800 vecinos del distrito 3 con la distribución gratuita de la revista informativa denominada Boom Vecinal ¡Utha Che...! • Se espera llegar, por lo menos, a un 50% de los vecinos para tengan el interés y conciencia en la participación activa con la Subalcaldía del distrito municipal 3, es decir, que por lo menos participen 400 personas en las diferentes actividades y entregas de obras. • Existe un aproximado de 800 vecinos beneficiados con la revista informativa gratuita. • Se realiza la presentación de la primera edición de la revista informativa a los dirigentes vecinales y junta vecinal en general, para luego ser distribuido en distintas zonas del distrito 3, dando a conocer que se publica una de las primeras revistas como un medio informativo para el vecino con un fácil acceso a esta publicación.

CAPÍTULO I

SECCIÓN DE DESARROLLO

1.2. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se desarrolla en base al problema que se observa en la Subalcaldía del distrito 3, la desinformación en los vecinos sobre la ejecución de obras y actividades que realiza la institución pública del primer semestre (enero-junio) de la gestión 2019.

Ante la falta de una política comunicacional en la Subalcaldía del distrito 3 y al no existir un área de comunicación para informar a la población, ésta se refleja en la falta de conocimiento y desinformación en los vecinos. Además, la entidad municipal no cuenta con un organigrama, el cual genera la sobre carga de funciones y no permite cubrir las necesidades de los vecinos causando una mala comunicación.

En ese contexto, se plantea a la Subalcaldía del distrito municipal 3, el diseño de una revista como un medio informativo denominado Boom Vecinal ¡Utha Che...!, un trabajo que se plasma en un producto comunicacional impreso, para informar a los vecinos acerca de la ejecución de obras y actividades que realiza la institución pública durante el primer semestre de la gestión 2019, con el fin de mejorar la comunicación entre autoridades y vecinos.

La Subalcaldía del distrito municipal 3, tiene la obligación de trabajar para mejorar el crecimiento y el desarrollo adecuado de este sector en esta urbe, como también tiene el compromiso de informar a los vecinos sobre los trabajos que ejecuta como institución pública. El diseño de la revista Boom Vecinal ¡Utha Che...!, se plasma como medio informativo, el cual es un producto que tiene la intención de mejorar el interés público y brindar conocimiento para sensibilizar a los vecinos y hacer prevalecer su derecho a la información.

El trabajo mejora la imagen institucional y crea conciencia colectiva para el debido cuidado que debe tener el vecino con las obras que le son entregados a su urbanización.

En su estricto sentido, la revista como un medio informativo, se sintetiza en un trabajo específico de producción y diseño que tiene que ver con la construcción de una pertinente imagen positiva ante los vecinos, específicamente en el campo de la sociedad; quienes tienen el derecho a la información de la ejecución de obras y actividades que realiza la Subalcaldía del distrito municipal 3.

La revista es un medio de información donde el discurso de la Subalcaldía genera opinión pública de los vecinos del distrito municipal 3. La revista consta de un material atractivo, el uso adecuado de gráficos, un lenguaje sencillo con información concreta y relevante que pueda sensibilizar al vecino en ser parte de la solución al problema de la desinformación en el tema de ejecución de obras y actividades.

La propuesta del diseño de una revista como medio informativo ayuda a mitigar la falta de información en la población. Asimismo, garantiza el derecho a la información que debe tener el vecino, causando una opinión pública de la edición de la revista.

La elaboración de este trabajo tiene como propósito la creación de un producto o servicio para satisfacer una necesidad específica que ha sido detectada con anterioridad. Por ello, este Trabajo Especial de Grado se centra en el diseño de la revista como medio informativo en la Subalcaldía del distrito 3 de la ciudad de El Alto.

En el capítulo I, se trabaja con aspectos que hacen a la situación problemática, es decir se procede a desarrollar reflexivamente el objeto de estudio con el fin de orientar su desenvolvimiento, así como su abordaje, también se destaca ciertos antecedentes del problema para luego enunciar a través de una interrogante.

Además, se aborda la justificación y relevancia de la intervención activa en la solución al problema. Asimismo, se formula el objetivo general y los específicos que van direccionando lo que se quiere alcanzar con el presente estudio, por último, se precisa cuestiones que hacen a la localización del objeto de estudio, así como a identificar los beneficiarios directos e indirectos con las debidas precisiones.

En el capítulo II, se sustenta teóricamente la investigación y para tal cometido se consulta fuentes bibliográficas que abordan aspectos que hacen a la comunicación social, su proceso e implicancias. En esta parte se aborda el tema de la revista como un medio informativo, por cuanto los mismos son los que se emplean para efectivizar el estudio, también se construye conceptos como la comunicación para el desarrollo, su devenir histórico y clasificación. La importancia del tema se lo hace con la mayor rigurosidad y reflexión, puesto que el caso así lo amerita.

En el capítulo III, se procede a plantear un conjunto de enunciados referente al marco metodológico, por lo que se precisan cuestiones que hacen a la metodología como los métodos y técnicas de investigación. Así también, se procede a definir y seleccionar los métodos y técnicas a emplearse en el trabajo. En el diseño metodológico se trabaja con el enfoque mixto cualicuantitativo, puesto que si bien prevalece lo cualitativo éste se complementa con el cuantitativo.

En el capítulo IV, se subraya elementos que caracterizan al marco institucional, o sea a la Subalcaldía del distrito municipal 3 de la ciudad de El Alto. Entre estos; una breve referencia histórica del crecimiento de los 14 distritos en la urbe alteña.

En el capítulo V, se establece el diagnóstico del problema, donde se evidencia que la falta o poca información que genera la Subalcaldía del distrito municipal 3, a través de reuniones con presidentes de zonas de los cuales sólo algunos participan de la misma, conlleva a no ser tan factible para dar a conocer los trabajos que el municipio ejecuta en las 108 urbanizaciones que comprende el distrito 3.

Existe la necesidad de trabajar con compromiso para sensibilizar a los vecinos de manera colectiva, desarrollando procesos de comunicación e integración de la Subalcaldía del distrito 3 con dicha sociedad. Asimismo, se muestran los cuadros de evaluación, puesto que el presente trabajo tiene carácter individual.

En el capítulo VI, se desencadena el desarrollo de la propuesta, la misma se direcciona a generar información y conciencia para los vecinos a través de la publicación de una revista como un medio informativo que ayuda de alguna manera a que el vecino conozca la ejecución de obras y actividades del primer semestre (enero- junio) de la gestión 2019 que realiza la Subalcaldía del distrito municipal 3.

En ese contexto, se propone la edición de BOOM VECINAL ¡Utha Che...! como una contribución a la Subalcaldía del distrito municipal 3, y a partir de este soporte o medio de prensa escrita, pueda insertarse públicos determinados, en este caso, los vecinos del distrito 3; y que este material informativo sea de beneficio para una buena comunicación de conocimiento y para la correcta adopción de decisiones a nivel personal y social, de modo que haya mejor uso de los recursos económicos y que tengan un horizonte mucho más preciso.

Boom vecinal apoya a que los vecinos puedan informarse y aproximarse con certeza a una decisión social más pertinente a sus necesidades. Boom Vecinal ¡Utha Che...! es una revista como un medio informativo institucional que tiene una característica, específicamente, en dirección al vecino a través de una expresión cultural que tiene el ciudadano alteño.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A lo largo de los años, la publicación de revistas se fue consolidando como una actividad altamente rentable en todas partes del país. Pese a ello, muchas dejaron de circular debido a la aparición de otros medios de comunicación masivos, como la televisión y el internet que han suscitado que varias revistas aprendan a sobrellevar situaciones adversas para mantenerse en un mercado altamente competitivo.

El avance de la revista ha sido veloz en cuanto a su evolución gráfica y de contenido, sin embargo, el cambio no ha sido fácil, en sus inicios el costo de producción de la revista superó las expectativas llegando a tal punto de limitarse a circular entre un público selecto.

Ante el auge que ha alcanzado el internet en el ámbito mundial, se ha producido una verdadera revolución en los medios impresos, en cuanto a la producción de libros, diarios y revistas; debido a los altos costos de producción e impresión, muchas empresas editoriales se encuentran actualmente en crisis y como consecuencia, el auge de las revistas electrónicas ha aumentado significativamente.

Asimismo, las publicaciones periódicas tradicionales se han visto obligadas a reducir su número habitual de páginas debido a pérdidas económicas y algunas no han tenido otra alternativa que cerrar o incorporarse al llamado mundo digital, al reducir su circulación.

Adriana Amado Suárez 2005 expresa que:

“Los medios de comunicación, es hoy un mercado de competencia, en el que todo el tiempo se ponen en juego objetivos personales, institucionales y sociales...”, (p. 3)

De este modo, los medios de comunicación son un canal de información y entretenimiento, así mismo, estos están obligados a informar, investigar, analizar, trazar horizontes y a desarrollar con objetividad, equidad, ética y racionalidad, consciente de la función social que desempeña, siendo de gran importancia, debido a que, gracias a ellos, la sociedad se puede mantener informada de cualquier acontecimiento.

De acuerdo con Amado, en la actualidad los principales medios de comunicación son empresas, como tales, responden en forma prioritaria a exigencias financieras y económicas. Este carácter de empresas plantea la ambivalencia que enfrenta cualquier órgano de prensa: informar como función fundacional, pero también, vender ejemplares y espacios publicitarios, como forma de subsistencia. (p. 2-3, 2005)

Si bien el mercado de la revista en papel continúa en pie, cada día son más los usuarios que optan por las revistas online y otros medios digitales. Entonces están frente a una generación de lectores que utilizan ambos formatos con frecuencia y por eso, existen ciertos factores que influyen.

Las revistas en papel tienen la ventaja de no necesitar de ningún dispositivo para su consumo, y pueden ser accesibles desde cualquier parte. Las personas los guardan para leerlos con detenimiento en su tiempo libre. Cuando se lee la revista durante el fin de semana, el lector está más descansado, por tanto, más receptivo. Las revistas impresas dedican un mayor tiempo a desarrollar contenidos en una gran cantidad de casos y estas tienen mayor permanencia.

Basado en estos conceptos, cabe resaltar que hace años atrás la Subalcaldía del distrito 3 tenía previsto desarrollar y presentar una revista impresa, pero debido a muchas circunstancias del momento, como la falta de interés de las anteriores autoridades, la falta de personal, la falta de un área de comunicación, la falta de presupuesto, entre otros; la misma quedó sólo en proposición que no se pudo materializar.

Actualmente, vecinos del distrito 3 desconocen de trabajos, actividades e incluso del presupuesto anual que se les designa a sus zonas, motivo por el cual, dijeron que existe la necesidad de que se realice una revista como medio informativo escrito acerca de las obras y actividades municipales, para que la misma sea de fácil acceso y conocimiento de la población acerca del desarrollo social en su distrito.

La importancia de la presente investigación radica en promover a que la Subalcaldía del distrito 3 pueda brindar información a los vecinos acerca de los trabajos que realiza a través de una revista como medio informativo escrito, para evitar posteriores consecuencias como la corrupción o movilizaciones de juntas vecinales.

Se escogió una revista, porque se puede mostrar el objetivo de esta investigación. Al ser esta una revista impresa, se facilita el acceso y la difusión de su contenido, con la intención de lograr que los vecinos cuenten con la información necesaria a la hora de tomar decisiones a nivel personal.

Las publicaciones institucionales, independientemente de su formato, impreso o digital, representan una herramienta de llegada hacia la población, a través de un contenido que

plasma todas o las actividades más importantes que lleva adelante una institución en un determinado tiempo.

La carencia de estas herramientas afecta los lazos institución-público, afectando su imagen en distintos niveles de relacionamiento. En este sentido, y tras una observación que se tuvo lugar en la Subalcaldía del distrito 3 del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, se evidencia que esta instancia no cuenta con una publicación, específicamente, una revista institucional, a través de la cual, se difunda toda su labor hacia la ciudadanía; por lo cual, surge la propuesta de elaboración de una revista impresa como medio informativo de dicha institución.

1.2.1. Formulación del problema

A partir de las cuestiones conflictivas que se expone en el presente trabajo se procede a formular el siguiente problema:

¿Cómo resuelve la Subalcaldía del distrito 3 de El Alto la desinformación en los vecinos respecto a las actividades y proyectos municipales del primer semestre de la gestión 2019?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo general

Promover la publicación periódica de una revista denominada “Boom Vecinal ¡Utha Che...!” , como medio informativo en la Subalcaldía del distrito 3 de El Alto, con el propósito de que los vecinos conozcan los proyectos y actividades municipales en aras del fortalecimiento institucional.

1.3.2. Objetivos específicos

- Presentar la revista “Boom Vecinal ¡Utha Che...!” , como medio informativo, referente a las obras y actividades que realiza la Subalcaldía del distrito 3, con el fin de que los vecinos logren tener conocimiento del desarrollo social en su distrito.
- Desarrollar las diferentes secciones de la revista donde se presentan los contenidos y se muestra la estructura de este medio impreso
- Establecer contactos con autoridades municipales, dirigentes vecinales y población para adquirir mayor información acerca de los proyectos y actividades municipales que ejecuta la Subalcaldía del distrito 3 y que a su vez estén al tanto del trabajo de la revista que será como un archivo institucional.

1.4. JUSTIFICACIÓN

La revista como medio informativo cumple un papel muy importante en la sociedad, una de las principales ventajas que presenta es la posibilidad de que los mensajes puedan perdurar por un periodo más largo de tiempo que la de otros medios.

Las revistas suelen mantenerse cerca del lector, convirtiéndose en una herramienta muy útil en el campo institucional, como medio para construir un nexo entre el público y las autoridades, constituyéndose en un importante vehículo de difusión y diálogo colectivo a través de la información.

Es un hecho incuestionable que las revistas en general constituyen uno de los principales medios de información. Actúan como un registro oficial y público de la ciencia, constituyen el principal vehículo para difundir la información y son fuentes de consumo y apropiación de información.

En definitiva, las revistas constituyen el reflejo del funcionamiento general de las ciencias, de sus instituciones, de sus investigadores, pero también de la relación que cada disciplina mantiene consigo misma, con las demás disciplinas, y con la sociedad

En este sentido, por medio de esta revista denominada Boom Vecinal ¡Utha Che..!, se busca informar a la población sobre las actividades y proyectos ejecutados en el primer semestre de la gestión 2019 por la Subalcaldía del distrito 3, aportando datos necesarios, para así promover la publicación periódica de la revista como punto de referencia informativo y así captar el interés de los lectores a través de la información veraz e interesante, acompañada de fotografías acordes al tema y con una estructura que cumpla con las expectativas del público al que está dirigida para lograr un producto de calidad y de fácil entendimiento.

Así también, cabe resaltar que se elige una revista impresa porque algunos vecinos no están habituados en recibir o leer información de plataformas digitales. La revista incita a la curiosidad del lector que contiene una gama de fotografías con información sencilla y práctica, para que el vecino pueda fácilmente acceder a este producto que se le hace entrega en sus manos de manera gratuita. El lector tiene la facilidad de manipular, llevar o guardar el producto.

Se debe tener en cuenta, que tras las investigaciones que se realiza en la Subalcaldía del distrito 3, ésta no genera información de los trabajos que ejecuta, motivo por el cual los vecinos del sector desconocen de las obras y actividades que realiza la institución pública durante el primer semestre de la gestión 2019

Un aspecto importante que se debe tomar en cuenta, es que el vecino que no está informado llega a tomar malas decisiones al momento de alguna protesta sin razón de ser, es por ello que la población del distrito 3 debe estar informado sobre el desarrollo de su sector.

La revista como medio informativo ayuda a que el vecino tenga conocimiento de los trabajos que realiza la Subalcaldía del distrito 3. Además de ser un beneficio para la imagen institucional como también para el vecino quien desconoce los aspectos de interés social.

Tras ese contexto, se debe decir que este trabajo es significativo ante la falta de un área de comunicación y personal en la Subalcaldía del distrito 3, y para tal objetivo el tiempo estimado en recopilación de información, análisis y estructura para enriquecer la investigación, así como para proyectar el producto del diseño, fue de seis meses. Es por eso que los comunicadores pueden fortalecer el aspecto de información sobre el trabajo continuo que realizan las instituciones.

Debido a que la Subalcaldía no cuenta con revistas u otros medios de información, se dio la propuesta de proceder a investigar sobre los trabajos que realiza la institución pública en el primer semestre de la gestión 2019 y se obtuvo datos generales e importantes que es de mucha ayuda para el contenido del producto y para el conocimiento del vecino.

Lo que posiblemente se pueda cambiar con la publicación de esta revista, es que el vecino tome decisiones importantes a la hora de movilizarse con otras organizaciones y así evitar el cambio constante de Subalcaldes en el distrito, ya que sólo perjudica al mismo vecino en agilizar sus trámites que son importantes para el desarrollo de sus zonas.

La revista contribuye a ampliar la información sobre el tema de obras y actividades realizadas por la Subalcaldía del distrito municipal 3. La indagación es viable, pues se dispone de los recursos necesarios para llevarla a cabo.

1.5. DELIMITACIÓN

1.5.1. Delimitación temática

Informar sobre las actividades y ejecución de proyectos que desarrolla la Subalcaldía del distrito municipal 3, misma que se muestra a través de una revista como medio informativo.

1.5.2. Delimitación espacial

El trabajo se realiza en la zona de Villa Adela del distrito municipal 3 en representación a la totalidad de la población del distrito 3.

1.5.3. Delimitación temporal

El trabajo contempla el primer semestre (enero-junio) que viabiliza actividades y proyectos municipales ejecutadas en la gestión 2019.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO / CONCEPTUAL

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Castillo, A. (2017). *La revista informativa, un soporte impreso en el campo de la publicidad* (Trabajo de Tesis). Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Ciencias de la Comunicación, Guatemala. En el presente trabajo se hace una descripción en forma general de las revistas Al Grano, Crónica y Contrapoder, es decir se describe por qué la revista puede ser un soporte impreso y de peso que pueda tenerse en cuenta en el momento de realizar la campaña publicitaria de determinado producto o servicio y que su publicación tenga buenos resultados en cuanto a la cantidad de lectores... (p. 4)

La relación de este trabajo con la presente investigación es que se quiere lograr un producto que informe y de servicio a la población. Además de ofrecer publicidad a distintas empresas para el autofinanciamiento de la revista.

Quintana, M. (2013). *Creación de una Revista Informativa Turística para la Parroquia La Merced* (Tesis De Grado). Universidad Central del Ecuador, Quito- Ecuador. La presente investigación propone la creación de una revista informativa-turística de la parroquia La Merced, en la cual quedan recopilados las ofertas, atractivos y lugares históricos, culturales de la región con el objetivo de hacer de la misma el órgano de difusión e información en todo lo que se refiere al ámbito turístico de la zona. (p. XIV)

La vinculación de la investigación descrita con este trabajo, es que se diseñaron revistas comunicacionales con la finalidad de informar sobre los trabajos y actividades que se realizan en cierto campo de estudio, en este caso la Subalcaldía del distrito 3.

Ortiz, P. & Zhiminaicela, J. P. (2013). *Creación, diseño y producción de la revista experimental para la carrera de comunicación social de la Universidad de Cuenca* (Proyecto de Grado). Universidad de Cuenca, Ecuador. Este proyecto responde a la necesidad de reforzar los vínculos de diálogo e intercambio de conocimientos en la comunidad universitaria, mediante la creación de una revista. El objetivo es abrir un espacio para la

publicación de los artículos científicos, de opinión y otros géneros del periodismo realizados por directivos, profesores y estudiantes... (p. 2)

Esta investigación fue de gran utilidad para desarrollar esta investigación, puesto que, se ha realizado una previa investigación en cuanto a la situación de la desinformación en los vecinos del distrito 3 y del qué es necesario crear una revista como medio informativo.

Cordero, E & Mendoza, S. (2017) *Gestión Y Administración De La Revista De La Carrera De Bibliotecología Y Ciencias De La Información En La Producción De Artículos Científicos* (Tesis de Grado). Universidad Mayor de San Andrés, La Paz – Bolivia. En este sentido, esta investigación toma en cuenta que la revista es la principal fuente de difusión de resultados de investigaciones en todas las áreas relativas a las Ciencias de la Información XIV llegando a ser un medio para compartir experiencias e información sobre el desarrollo y progreso del área. Esta información y conocimiento brindará beneficios para el desarrollo de la sociedad boliviana... (p. XIII- XIV).

La relación que existe entre el trabajo antes mencionado y esta investigación, es que ambas realizan promoción para el fortalecimiento institucional recaudando elementos de importancia social para que los vecinos del distrito 3 conozcan el trabajo de la Subalcaldía.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. Medios impresos de comunicación

La comunicación es muy importante en la vida de los seres humanos, a lo largo de la historia de la humanidad, el hombre ha creado diversos medios de comunicación los cuales son muy variados y útiles. Con los avances tecnológicos se ha logrado contar con sistemas de comunicación más eficaces, de mayor alcance, más potentes y prácticos.

Los medios de comunicación constituyen una herramienta persuasiva que nos permiten mantenernos en continua comunicación con los distintos sucesos sociales, políticos y económicos, tanto a escala nacional como internacional en la actualidad.

Dentro de estos medios de comunicación encontramos a los periódicos, revistas, libros, entre otros, que, en nuestros días a pesar de los grandes avances en la informática y el surgimiento del internet, aún ocupan el lugar principal en la transmisión y comunicación de noticias e información.

La eficacia de la letra impresa fue contundente, y no tuvo rival hasta la aparición de otros medios masivos de comunicación que compitieron en la información, sobre todo los medios digitales.

A continuación, se detalla la importancia de la Revista, ya que la investigación se enfoca en este medio para poder informar a los vecinos de la Subalcaldía del distrito 3.

2.2.1.1. La Revista

Una revista, o magacín (del inglés magazine), es una publicación de aparición periódica, a intervalos mayores a un día. A diferencia de los diarios o periódicos, orientados principalmente a ofrecer noticias de actualidad más o menos inmediata, las revistas ofrecen una segunda y más exhaustiva revisión de los sucesos, sea de interés general o sobre un tema más especializado. Típicamente están impresas en papel de mayor calidad, con una encuadernación más cuidada y una mayor superficie destinada a la gráfica. Recuperado de: <https://infopuntoyseguido.wordpress.com/revistas/>

Por su naturaleza, la revista representa un enfoque propio; su distinción de los diarios y otras publicaciones radica en la intencionalidad de la política comunicacional de quien decide la utilización de este formato para crear opinión pública en realidades concretas.

Knight; Steinbach, (2008), como se citó en: (Torres, 2010 y Cabezas, 2013), explica de que elegir la revista adecuada para publicar no es tarea fácil y son varios los criterios que se han de barajar y evaluar. El primer criterio a atender será el alcance y cobertura de la revista, para comprobar si concuerda con la temática y tipología de nuestra contribución. Todas las revistas tienen una sección donde delimitan los intereses de investigación detallando los temas sobre los que publica..., (p. 6)

De acuerdo con los autores Pérez Julián y Merino María, una 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. Recuperado de: <https://definicion.de/revista/> (Pérez & Merino, 2009, párr. 1).

En la actualidad, existen revistas sobre variedad de temas y dirigidas a distintos tipos de público. Hay revistas infantiles, femeninas, para hombres, de interés general, de espectáculos, deportivas, de análisis político, económicas y humorísticas, entre otras. Recuperado de: <https://definicion.de/revista/> (Pérez & Merino, 2009, párr. 6).

No obstante, no podemos pasar por alto el hecho de que normalmente las revistas se clasifican en cuatro grandes categorías. En concreto se establecen cuatro grupos que son las científicas, las especializadas, las de entretenimiento y las informativas. (...). Recuperado de: <https://definicion.de/revista/> (Pérez & Merino, 2009, párr. 7).

La autora Amado, A. (2005). En su texto: Prensa y comunicación. Buenos Aires, Argentina: Macchi, indica que las revistas de información general, que cubren novedades de interés común, se suma una inmensa cantidad de publicaciones especializadas, que tratan los más variados temas. Éstas llegan a menos personas que las de información general, pero ofrecen la ventaja de alcanzar un público más homogéneo, que se relaciona con la revista en función de un tema de interés... (Amado, 2005, p. 9)

Para cada lugar: debe tenerse en cuenta que las revistas suelen ser menos selectivas geográficamente que los periódicos. (...). Pasar el tiempo: tienen una mayor permanencia que el resto de los medios y una alta tasa de circulación. (...). A todo color: generalmente ofrecen una muy buena calidad técnica, con una diagramación cuidada y elaborada. Ésta es una característica a tener en cuenta al programar notas en una revista, ya que es conveniente prever abundante material gráfico e ilustraciones. (Amado, 2005, p. 9)

A partir de esta definición se ha estructurado, que la circulación de la revista sea en frecuencia trimestral para informar y generar opinión pública de los vecinos del distrito 3, crear imagen institucional y dar a conocer a los vecinos de las diferentes actividades que realiza la Subalcaldía. Por ello, la revista impresa es un medio informativo que cuenta con un formato ideal para el cumplimiento de los objetivos diseñados en este trabajo. Las revistas tienden a constituirse en un vehículo mediatizado de comunicación de impacto.

2.2.1.1.1. Origen de la Revista

El inicio de las revistas está dado por la aparición de publicaciones periódicas que no eran solamente informativas, sino en forma de almanaques; a los que se han incorporado paulatinamente a sus páginas una variedad de lecturas. Recuperado de: www.ull.es/publicaciones/latina Revista Latina de Comunicación Social. Año III. No. 31.

Las primeras revistas reunían una gran variedad de material que era de interés para los lectores. Una de las primeras aproximadamente entre los años 1663 y 1668 fue la publicación alemana: "Discusiones Mensuales Edificantes". Recuperado de: www.ull.es/publicaciones/latina Revista Latina de Comunicación Social. Año III. No. 31.

2.2.1.1.2. Importancia de la revista

De acuerdo con Torres y Cabezas (2010-2013), en su texto "Cómo publicar en revistas de impacto: consejos y reglas sobre publicación científica", explican que en este trabajo se presentan algunos consejos para aumentar las posibilidades de aceptación de los manuscritos

enviados a este tipo de revistas. En primer lugar, se define qué es una revista de impacto y los beneficios de publicar en ellas, tanto para investigadores como para instituciones. (p. 1)

Gelman; Pasarica; Dodhia, (2002), citado en: (Torres, 2010 y Cabezas, 2013), indican que uno de los puntos principales e importantes que tienen las revistas es la presentación de la información, donde los autores Torres, 2010 y Cabezas, 2013 acotan que las tablas son la mejor opción para mostrar información específica mientras que los gráficos transmiten de forma más eficaz tendencias, comparaciones y predicciones (p. 4)

Asimismo, si los gráficos están bien diseñados no es necesario describir excesivamente en el texto. Una buena forma de crear gráficos es hacer que éstos hablen por sí mismos y que sean capaces de transmitir la información sin que sea necesario leer los textos de apoyo (Vintzileos; Ananth, 2010) citado en: (Torres, 2010 y Cabezas, 2013, p. 4)

Así también, Guerrero Leonardo. (2016) en su texto: *El Diseño Editorial. Guía para la realización de libros y revistas* (Máster Universitario en Diseño). Universidad Complutense de Madrid Facultad de Bellas Artes, Madrid, España, explica que, “(...) la revista transmite otro tipo de mensaje con un contenido entretenido e informativo, mientras que en el diseño posee variedad de colores y formas...” (p. 40).

Guerrero L. (2016) dice que a las revistas podemos considerarlas como una publicación impresa que circula de manera periódica siendo (mensual, trimestral, cuatrimestral, semestral o anual), con contenido resumido de forma concreta y directa. Tiene información con diferentes secciones, incluso la revista forma parte de los medios gráficos. (Guerrero, 2016, p. 41)

Guerrero dice que lo que envuelve al lector no es la noticia o acontecimiento inmediatos, que de esto se encargan los diarios (informan lo último en acontecer). Más bien es complementar y ampliar temas mediante destacados, historias o artículos, entre otros. La manera de ubicar la información dentro de la revista, es más orientativa, puede contener un diseño informal. (Guerrero, 2016, p. 41)

2.2.1.1.3. Tipos de Revistas

En la actualidad se conocen muchos tipos de revistas, las cuales sirven a audiencias diversas, desde infantiles hasta adultas. Entre los tipos de revistas se señalan las especializadas en algún tema en particular: cristianas, juveniles, para niños, para segmentos, o especializadas en cocina, deportes, o algún otro tema de interés, como lo son las revistas culturales, políticas, científicas o literarias.

La finalidad de una revista es amenizar el ocio de los lectores haciendo publicaciones para diferentes sectores y grupo objetivo. Estas pueden ser más comerciales y su contenido está relacionado con farándula y entretenimiento. La manera de financiar las revistas es mediante la publicidad que suelen incluir dentro de las páginas. (Guerrero, 2016, p. 41)

Las empresas ocupan estos espacios publicitarios, recurriendo a las revistas, pero dependiendo del tamaño y la ubicación en las páginas pueden variar su coste. Es su principal fuente de apoyo porque pueden costear los gastos de producción a cargo de editoriales. Las clasificaciones de la revista suelen ser de diferentes tipos. Entre las cuales se clasifican en periodísticas, ocio, científicas y especializadas. (Guerrero, 2016, p. 41-42)

- **Revista periodística:** Informa sobre un determinado tema, dentro del ámbito real (acontecimiento), son temas específicos sobre la actualidad, puede incluir noticia o entrevistas.
- **Revista de ocio:** Son las que se realizan con el propósito de entretener al lector con temas cotidianos, además de traer información ligera donde incluye la mayor cantidad de gráficos e imágenes.
- **Revista científica:** Estas abarcan información académica sobre temas de carácter científicos, se usan para difundir investigaciones, avances o novedades dentro de un tema profesional específico.

➤ **Revistas especializadas:** Esta tratará de un tema en concreto, sobre las cuales podrán tener varios temas haciendo referencia a una categoría específica entre ellos la política, economía y muchos otros.

2.2.1.1.4. Alcance de la revista

De acuerdo con la autora Adriana, para cada lugar (...), las revistas pueden tener un mayor alcance geográfico, en la medida en que su periodicidad más amplia les da un margen mayor para la distribución que el que tienen los diarios. (Amado, 2005, p. 9).

Se tiende a pensar que las revistas se leen cada vez menos. Sin embargo, un informe elaborado por la Asociación de Revistas ARI ha revelado que la influencia de las revistas continúa creciendo. Recuperado de <https://www.marketingdirecto.com/anunciantes-general/medios/alcance-las-revistas-subio-15-ultimo-trimestre> (párr. 1)

Cada editor es el encargado de reportar a ARI la información de sus propias revistas. Con los datos que aportan, ARI pueden medir la audiencia en múltiples plataformas y formatos, incluyendo ediciones en papel, digitales, webs, vídeo y redes sociales. Así, hace un análisis centrado en el usuario en lugar de en el medio. Recuperado de: <https://www.marketingdirecto.com/anunciantes-general/medios/alcance-las-revistas-subio-15-ultimo-trimestre> (párr. 4)

2.2.1.1.5. Características de la revista

Según el investigador comunicacional Erick Torrico, la revista se enmarca dentro de las características de la prensa, englobada al lado de los periódicos: (Torrico, 1993, p. 65-66)

- Su mensajes icónicos-verbales se difunden ópticamente
- Tiene contenidos “en conserva” o “enlatados”
- Sus procesos de transmisión y/o recepción no requieren de un ambiente especial específico.

- Sus receptores están obligados conductualmente (tienen que enfrentarse personalmente con la publicación y leerla), pero son libres en cuanto al tiempo, ya que la lectura pueden realizarla en el momento que crean conveniente a excepción de que deseen hacerlo cuando el impreso aún no esté en circulación.
- La decodificación de sus mensajes (lectura) es un acto primordialmente individual – es raro el caso en que una persona lee el diario para varias otras, en voz alta – y selectivo (cada cual escoge sus secciones o temáticas favoritas y son igualmente contados los casos en que un lector revisa la totalidad del contenido de la publicación).

El periodista Manuel Calvo Hernando, indica que el público necesita que le digan las cosas con sencillez, claridad, orden y amenidad. Una característica principal del atractivo de una publicación es su portada ya que son como carteles de menor formato, pero con el mismo valor visual, porque más que ser leídas, a simple vista tienen el poder de cautivar, y de ahí que el interés por obtener la revista sobrepase su propio costo (White, 1982). Recuperado de: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldf/saucedo_r_kl/capitulo1.pdf(Anónimo, tesis, p. 25)

La revista tiene el valor particular de persuadir a su espectador manteniendo un gran impacto visual que queda al mismo nivel o sobrepasa la popularidad del mismo periódico y los libros, ya que su valor editorial trasciende en la mente de su lector gracias al proceso tecnológico editorial llegando a su destinatario final para quedarse en su memoria.

Una publicación en general, particularmente la revista, quiere llamar la atención y estimular a la curiosidad, quiere que el espectador se detenga al instante y sea hojeada, incitar a la lectura, y cumplir con los caprichos de su consumidor, pretende que su valor informativo y visual sea aplaudido y tal vez venerado por el mismo (Gäde, 2002). Recuperadode:http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldf/saucedo_r_kl/capitulo1.pdf (Anónimo, tesis p. 26)

El autor Leonardo Guerrero (2016). *El Diseño Editorial. Guía para la realización de libros y revistas* (Máster Universitario en Diseño). Universidad Complutense de Madrid Facultad

de Bellas Artes, Madrid, España, explica que las características externas de las revistas están compuestas de elementos únicos y característicos propios de la publicación, esto permite diferenciarlos fácilmente del libro mediante su estética y diseño, no todos los elementos son iguales, y en caso de serlo funcionan de manera diferente, su uso depende en gran medida del público objetivo. Entre otras características de la revista se tiene los siguientes elementos: (Guerrero, 2016, p. 51-52)

- **Portada:** Es la cara principal (primera página de la revista) suele estar representada por un elemento esencial que es la imagen más representativa, es lo que permite al lector decidir en comprarla o no, siempre que esta le llame la atención y sea de su agrado.

- **Cabecera:** Es el elemento identificativo sobre lo que se diferencia una revista de otra, puesto que va el nombre de la revista, donde resalta de forma identificativa para conocer sobre el tipo de revista a tratar, a su vez se lo relaciona con el logo, este es un elemento clave que suele ocupar un 1/8 de página, depende del diseño del mismo. Es un factor decisivo en los consumidores, si es atractiva, ellos pueden hacerse la idea sobre el contenido que tratará, además de los elementos que la apoyen, lo cual podrá o no ser muy entretenida, sin leerla.

- **Datos Referenciales:** Son detalles propios de la revista que comunican muy poco al lector, entre ellas están el coste de la misma, esta suele cambiar dependiendo el tipo, y la cantidad de páginas, que tenga: (...).

2.2.1.2. Revista Institucional.

La revista, como medio de comunicación, cumple un papel muy importante en la sociedad, una de las principales ventajas que presenta, es la posibilidad de que los mensajes puedan perdurar por un periodo más largo de tiempo que las de otros medios. Martha, C. & Jorge, M. (2013). *Creación de la revista institucional educación activa* (tesis de pregrado). Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca, Ecuador. (introducción p. 1)

Las revistas suelen mantenerse cerca del lector, convirtiéndose en una herramienta muy útil en el campo institucional, como medio para constituir un nexo entre el público y las autoridades, constituyéndose en un importante vehículo de difusión y dialogo colectivo entre esos públicos. Martha, C. & Jorge, M. (2013). *Creación de la revista institucional educación activa* (tesis de pregrado). Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca, Ecuador. (introducción p. 1)

La revista institucional, también llamada revista corporativa o de empresa, es una publicación impresa en donde se incluye información de una institución o empresa en particular, en ella se destacan aspectos relacionados con su funcionamiento, proyectos, logros, temas que involucran a directivos y empleados. Martha, C. & Jorge, M. (2013). *Creación de la revista institucional educación activa* (tesis de pregrado). Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca, Ecuador. (p. 40)

(...). La Revista Institucional, en cuanto medio de comunicación escrito, es esencialmente un producto periodístico y, en consecuencia, se estudiarán principios que son aplicables a cualquier otro tipo de “revista”. Pero es también un aporte dentro de la institución, orientada a lograr un alto nivel de Imagen Corporativa, por lo tanto, habrá elementos específicos que se deban considerar en este sentido. Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/138141> (Ainzúa Larrañaga, Felipe Andrés; González Díaz, Cristina Inés; Tesis Pregrado, párr. 2)

Por otro lado, los autores explican que no se puede dejar de lado el aspecto comercial de las revistas institucionales, las cuales, al igual que las de quioscos, pueden minimizar costos vendiendo espacios de publicidad a las empresas por lo general vinculadas a la organización: clientes, socios o proveedores. Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/138141> (Ainzúa Larrañaga, Felipe Andrés; González Díaz, Cristina Inés; Tesis Pregrado, párr. 2)

El periodista y consultor de comunicación Martín F. (como se citó en Contreras) menciona: “la revista informativa de institución es el mejor rasgo de identidad o imagen de toda

organización (empresa o institución) y a la vez es el más importante vehículo de difusión y diálogo colectivo entre esos públicos.” (Contreras, 2013, p. 40-41)

Como menciona claramente el autor, el objetivo de su elaboración es de crear un vínculo entre los públicos y la institución, también siendo utilizado como un medio para dar a conocer los avances, desarrollo y futuros proyectos a realizarse con el fin de que los públicos se sientan parte integrante de cada acción. Martha, C. & Jorge, M. (2013). *Creación de la revista institucional educación activa* (tesis de pregrado). Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca, Ecuador. (p. 41)

2.2.1.2.1. Importancia de la revista institucional

La revista institucional es una publicación que puede ser mensual, trimestral o semestral; en algunos casos puede ser semanal y está diseñada para instituciones gubernamentales, escolares o religiosas más comúnmente, y sin duda alguna, no deja de ser una excelente herramienta de comunicación. Groppe una imprenta diferente. Recuperado de: <http://www.groppeimprenta.com/boletines-blog/189-revista-institucional.html>. (27 marzo, 2013, párr. 1)

La revista institucional suele ser pensada en las organizaciones como una instancia de comunicación unidireccional, que parte de un emisor que decide y valora los contenidos comunicables y un receptor que debe limitarse a "informarse" sobre los contenidos que otro valora como importante. Podemos encontrar diferentes y variadas características de revista institucional dependiendo de cada institución, sin embargo, un punto muy importante que no se debe olvidar es el objetivo de esta, es decir, que nunca falte un plan estratégico de comunicación. Groppe una imprenta diferente. Recuperado de: <http://www.groppeimprenta.com/boletines-blog/189-revista-institucional.html>. (27 marzo, 2013, párr. 2)

“Las revistas institucionales son uno de los medios de fidelización más importantes del marketing moderno, porque permite llegar a nichos de mercado, audiencias muy acotados

con un gran valor agregado”. Blog Corporativo K&D Comunicaciones LTDA. Recuperado de: <http://kd-comunicaciones.blogspot.com/2006/06/la-importancia-de-las-revistas.html>. (19 de junio, 2006, párr. 1)

2.2.1.2.2. Funciones de las revistas institucionales

“Varios autores que hablan sobre periodismo y medios de comunicación coinciden en la idea de que todos los medios cumplen una triple función: Informar, Formar, y Entretener.” Martha, C. & Jorge, M. (2013). *Creación de la revista institucional educación activa* (tesis de pregrado). Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca, Ecuador. (p. 41)

En el caso de las revistas institucionales estos elementos no varían, lo que se busca con ello es lograr atraer al lector provocando su interés por los temas tratados, es entonces en donde la empresa debe presentar mediante este instrumento comunicacional compromiso y sinceridad en cada una de las publicaciones. Martha, C. & Jorge, M. (2013). *Creación de la revista institucional educación activa* (tesis de pregrado). Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca, Ecuador. (p. 41)

Los Diarios o Revistas Institucionales son parte de las responsabilidades del Departamento de Relaciones Públicas de cualquier organización, incluso si es una micro empresa debería de tener una publicación bimestral, trimestral o semestral dependiendo de la información que generalmente se genere. Recuperado de <http://rolando-rp.blogspot.com/2012/05/revista-institucional-para-que-sirve.html> (párr. 1)

2.2.1.2.3. Elementos de una revista institucional

De acuerdo con la autora Martha, C. & Jorge, M. (2013). *Creación de la revista institucional educación activa* (tesis de pregrado). Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca, Ecuador, indica que existen elementos que son indispensables en la elaboración de una revista institucional, se debe considerar que un producto de buena calidad solo se logra si se

maneja con eficacia la sencillez, la funcionalidad y calidad en lo que respecta a redacción, temática diseño y fotografía. (Contreras, 2013, p. 42)

Gómez, D. (como se citó en Contreras, 2013) en su artículo “elementos de una revista corporativa”, realiza las siguientes recomendaciones sobre los principales elementos que requiere una revista institucional:

- Contenido, parte sustancial de la revista.
- Tono, se refiere al estilo de redacción y contenidos de la revista
- Estilo visual, la claridad se debe mantener en aspecto conceptual y visual.

La utilización de un buen formato facilitará la lectura y hará de la revista un instrumento manejable y atractivo para el lector. (Contreras, 2013, p. 42- 44)

2.2.2. COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

La comunicación. - es una actividad propia de los seres humanos, consecuencia y necesidad de la relación de comunidad y constante intercambio que mantiene siendo los mismos seres sociales, que desde los inicios de la historia han conformado grupos organizacionales formales e informales.

Dada estas características la comunicación se transforma en un proceso de interacción que posibilita que los seres humanos conozcan el entorno que los rodea y de esta forma puedan interactuar con el medio de forma exitosa.

Fernández expresa que:

“Lo que distingue al hombre de los otros animales no es tanto la razón, sino la capacidad de simbolizar, es decir, de representar de diversas maneras sus ideas y emociones para que sus congéneres las conozcan y, a su vez puedan expresar las suyas.” (Fernández, 2009, p. 11)

Por su lado, Joan Costa considera que: “la comunicación no constituye una parte de la psicología, sino el principio mismo que rige las relaciones entre el hombre y el mundo, entre el individuo y la sociedad, determinando la fenomenología del comportamiento humano.” (Castells, 2009, p. 37)

Si la transmisión de información se cataloga como un proceso pasivo, el proceso de comunicación se caracteriza por ser un intercambio activo en una doble dirección, en el cual el emisor y receptor actúan de una misma forma compartiendo las responsabilidades y papeles de este proceso lleno de dinamismo.

Como consecuencia la comunicación contiene en sí un espacio de feedback o retroalimentación. Este modelo bidireccional, está asegurada la efectividad debido a que la ética es una constante en este proceso, por otra parte, el debate y el cuestionamiento forman parte integral del proceso.

La comunicación es el proceso de transmisión e intercambio de mensajes entre un emisor y un receptor. A través del proceso de comunicación los seres humanos comparten información entre sí, haciendo del acto de comunicar una actividad esencial para la vida en la sociedad.

Lasswell Publicado en Moragas Spá (1985) explica que, en la sociedad, el proceso de comunicación revela características especiales cuando el elemento dirigente teme al ambiente interior, (...). En las sociedades democráticas, las opciones racionales dependen del conocimiento, el cual, a su vez, depende de la comunicación y, muy en especial, de la equivalencia de observación entre dirigentes, expertos y profanos. (p. 10)

Según Beltrán (2012), los intentos para definir la comunicación se pueden remontar hasta Aristóteles, quien vio a la “retórica” compuesta de tres elementos: el locutor, el discurso y el oyente, y percibió su propósito como “la búsqueda de todos los medios posibles de persuasión”. (Beltrán, 2012, p. 20)

Beltrán dice que Shramm indica que la comunicación siempre requiere de por lo menos tres elementos (fuente, mensaje y destinatario), resaltó en el esquema los componentes “codificador” y “decodificador”. (Beltrán, 2012, p. 22)

En ese nexo, Erick Torrico señala que la comunicación es, evidentemente, una herramienta y un recurso indispensable, para la supervivencia humana y para el desarrollo social o, por el contrario, para el subdesarrollo. (Torrico, 1993, p. 9).

Así también, Lozano dice que la comunicación no puede considerarse una ciencia. Constituye, más bien, un campo de estudio para las ciencias sociales ya que es un proceso que se presenta tanto en los fenómenos estudiados por la psicología, como en los sociológicos, los antropológicos, los políticos, los históricos y los lingüísticos. (Lozano, 1996, p. 34)

De acuerdo con la autora Adriana Amado Suárez en su texto prensa y comunicación, señala que “la comunicación es un intercambio personal, político o social, que puede ser vehículo de opiniones privadas o públicas” (Amado, 2005, p. 2)

La información. - Según Annie Bartolli, “la información se remite simplemente a la transmisión (emisión y recepción) de conocimientos estructurados”. Partiendo de esta impronta se puede asegurar que en la comunicación solo está implicado el emisor. Siendo el receptor limitado a percibir un conjunto de informaciones con las cuales incrementa sus conocimientos sobre un tema determinado.

El modelo de la comunicación en una sola dirección es el siguiente:

CUADRO 1. LA COMUNICACIÓN



Fuente: RAMOS, Carlos. (1991). La comunicación; un punto de vista organizacional, México: Trillas. p. 22

La investigación se centra en el ámbito informativo de las actividades y obras que realiza la Subalcaldía del distrito 3, entonces se toma como base a la información, ya que este es el eje para el desarrollo del trabajo.

Se define el concepto de información para demostrar la importancia y el rol que cumple la información en una revista. La información está constituida por un grupo de datos ya supervisados y ordenados, que sirven para construir un mensaje basado en un cierto fenómeno o ente.

La información permite resolver problemas y tomar decisiones, ya que su aprovechamiento racional es la base del conocimiento. Por lo tanto, otra perspectiva nos indica que la información es un recurso que otorga significado o sentido a la realidad, ya que, mediante códigos y conjuntos de datos, da origen a los modelos de pensamiento humano.

Como dice la autora Amado, la información es un proceso de conocimiento, personal o público, que da a conocer datos, hechos, actividades, a través del lenguaje, y que, en el caso de la información periodística, se expresa a través de los medios de comunicación. Estos también son vehículos de otros tipos de información, que, dependiendo de su finalidad, puede ser periodística, publicitaria, propagandística (Amado, 2005, p. 25)

La condición fundamental de la información periodística debería ser la verdad: informarse es saber cómo están las cosas. La información, además, debe ser comprensible, debe ser entendida por el destinatario. (...). A veces se comprueba que la información es insuficiente o que hace un recorte excesivo de lo que informa: estamos hablando en este caso de subinformación. Cuando las noticias son falsas o inducen a engaño, nos referimos a desinformación, que es lo mismo que no estar informado nada. (...). (Amado, 2005, p. 25).

Ahora bien, si algo es cierto es que, en todas las épocas, la información ha ocupado un lugar predominante hasta llegar a ser vital en nuestros días para la actividad del hombre. El uso y la generación de información han crecido a gran ritmo, debido al aumento significativo de

las instituciones dedicadas a la investigación, al desarrollo de nuevos horizontes tecnológicos, que no sólo abarcan la tierra sino también otros espacios.

Al proceso de transmisión de la información se denomina comunicación. La información es un derecho del ciudadano y, en ese sentido, las organizaciones que están relacionadas con el Estado están obligadas a comunicar y transparentar actividades y acciones que pueden tener impacto directo en la cotidianidad de las personas.

En muchos casos, tener acceso a la información puede mejorar la calidad de vida. Puede ayudar a conocer servicios de los que no se sabía y lentamente generar conciencias de ciudadanos más alertas, más atentos a la importancia de su intervención en el objeto público.

Ante ese contexto, es importante que las instituciones del Estado, y Municipios, deban garantizar el acceso a la información que en ellas circula, y la publicidad de los actos de Gobierno y de las Alcaldías, es una manera de rendir cuentas sobre los gastos del dinero público, una forma de transparentar la utilización de los recursos de todos. Es indispensable explicar y explicitar cómo se asigna el presupuesto, en qué y por qué se gasta.

2.2.3. LA COMUNICACIÓN EN INSTITUCIONES PÚBLICAS

La información de actividades gubernamentales no sólo sirve para transparentar sus acciones, sino también para acercar a la población el conocimiento de servicios que probablemente le son desconocidos y que pueden serle de gran utilidad. Recuperado de <https://www.losandes.com.ar/article/por-que-es-necesaria-la-comunicacion-en-las-instituciones-publicas> (Funes, 2014, párr. 1)

Pero la comunicación de las actividades en instituciones públicas son una necesidad. Es necesario que todas las personas conozcan infinidad de servicios, beneficios, proyectos que contribuyen a hacer su vida cotidiana más sencilla. Recuperado de <https://www.losandes.com.ar/article/por-que-es-necesaria-la-comunicacion-en-las-instituciones-publicas> (Funes, 2014, párr. 4).

Un buen ejemplo de ello puede ser la diversidad de programas que ayudan a la prevención de la salud, seguridad, transporte, comercio u otros temas de importancia social para el vecino.

Cada decisión que se toma en las instituciones públicas nos afecta a todos; por tanto, conocerlas es una manera de participar y conformar nuestra identidad como ciudadanos. La información sobre las acciones y propuestas de los que conducen esos organismos en instituciones públicas tienen que generar la participación ciudadana y el ejercicio democrático. Recuperado de <https://www.losandes.com.ar/article/por-que-es-necesaria-la-comunicacion-en-las-instituciones-publicas> (Funes, 2014, párr. 5).

Así las áreas de comunicación y prensa de estos espacios deben hacer un especial esfuerzo por mostrar las actividades, acciones, decisiones y transparentar la asignación de recursos. Hacer esta tarea de manera ética, poniendo en contexto la información y ayudando a los periodistas y a la opinión pública a interpretar esas decisiones tiene que contribuir a mejorar la calidad de vida del entorno social. Recuperado de <https://www.losandes.com.ar/article/por-que-es-necesaria-la-comunicacion-en-las-instituciones-publicas> (Funes, 2014, párr. 6).

Ante ese contexto se podría decir que lamentablemente hoy en día los medios de comunicación se enfocan en lo que es noticia y como en las zonas no se generan el tipo de noticia que un periodista busca, simplemente no es transmitido; es por ello que la Subalcaldía del Distrito Municipal 3 tiene que tener un área de comunicación, para dar facilidad de información a los vecinos que quizá desconocen de los proyectos que va generando la Subalcaldía del distrito 3.

El autor Funes señala que el desafío para comunicar estas actividades, es a través del equilibrio de necesidades para difundir ciertas diligencias, que son importantes para la toma de decisiones y elaboración de proyectos con el interés que este tipo de tareas pueden tener para la gente no inmersa en esos ambientes. (...). Recuperado de

<https://www.losandes.com.ar/article/por-que-es-necesaria-la-comunicacion-en-las-instituciones-publicas> (Funes, 2014, párr. 7).

Así también, según la autora Amado (2005), el internet, ni tanto ni tan poco: hace algunos años, internet se presentaba como tecnología que iba superar a todos los medios, lo que llevó a muchos a pronosticar un predominio absoluto de la red en la comunicación masiva. (Amado, 2005, p. 13)

Actualmente, la realidad muestra que se ha integrado sin desplazar ni eliminar a los medios tradicionales. Como ha ocurrido en otros casos: cada nueva tecnología termina integrándose al sistema mediático general. Hoy podemos decir que internet es un canal de comunicación cuya principal ventaja es su cobertura global. Como contrapartida, el público al que llega es muy acotado, dado que el acceso a la Red dista de ser masivo, especialmente en los países periféricos. (Amado, 2005, p. 13)

Para Funes, el trabajo necesario es transparentar acciones y actividades que benefician a la comunidad, contribuir a mediar y a comprender esa información, colaborar y servir de nexo entre funcionarios, gobernantes, especialistas y ciudadanos para interpretar decisiones y, si hay errores y defectos, ayudar a entender por qué existen y qué se puede hacer para evitarlos en el futuro y mejorar. Recuperado de <https://www.losandes.com.ar/article/por-que-es-necesaria-la-comunicacion-en-las-instituciones-publicas> (Funes, 2014, párr. 8).

Quienes trabajan con la información pública, tienen un compromiso con la ética y son responsables de todo lo que hacen para que la población acceda a datos que pueden cambiar su vida. Todo aquello que no se visualiza es una pérdida cuantificable en el bienestar público. Recuperado de <https://www.losandes.com.ar/article/por-que-es-necesaria-la-comunicacion-en-las-instituciones-publicas> (Funes, 2014, párr. 9).

Siempre hay ejemplos de personas que entienden y viven la función pública, como un servicio a la comunidad y que lo hacen con esfuerzo, entrega y alegría. La función pública debería ser para mostrar que eso existe, que hay gente dispuesta a ayudar a que todos

mejoremos. (...). Recuperado de <https://www.losandes.com.ar/article/por-que-es-necesaria-la-comunicacion-en-las-instituciones-publicas> (Funes, 2014, párr. 10).

La comunicación institucional como el sistema coordinador entre la institución y sus públicos que actúa para facilitar la consecución de los objetivos específicos de ambos y, a través de ello, contribuir al desarrollo local, regional y nacional.

El trabajo de “Boom Vecinal ¡Utha Che!”, está encargado de preparar la publicación de una revista de divulgación de información y sensibilización, cuyo objetivo es dar a conocer la labor que realiza la Subalcaldía del distrito 3 en pro del mejoramiento de las 108 urbanizaciones.

El significado del término institución tiene diferentes connotaciones, desde el punto de vista sociológico se ha visto que la institución se refiere que los mecanismos a través de los cuales los individuos participan unos con otros en relaciones estructurales más o menos persistentes.

Según un enfoque jurídico, es aquel cuerpo social que con personalidad jurídica o sin ella está integrado por una pluralidad de individuos, cuyo fin responde a las exigencias de la comunidad y de la que derivan situaciones objetivas o status que invisten a sus miembros de deberes y derechos estatuarios.

Por consiguiente, puede decirse que las instituciones son sistemas organizacionales creados para y legitimados por la satisfacción de las necesidades de los grupos. La institución como sistema se encuentra inmersa en un suprasistema: su medio ambiente inmediato, y un macrosistema: la sociedad. Para que la institución pueda dar respuesta a las necesidades de bienestar común del macrosistema requiere coordinarse con él a través de procesos de comunicación.

Cualquier sistema social, por el hecho de existir, tiene actividades de intercambio de información, de enlace, de interrelación, tanto internas como externas. Al haber actividades de comunicación necesariamente hay procesos de comunicación que se dan, existan o no

estructuras específicamente diseñadas para realizarlos. Por ello, resulta necesaria la creación de estructuras de comunicación en toda institución.

Toda institución concebida como un sistema creado para la consecución de un objetivo o conjunto de objetivos, necesita de un sistema de comunicación que organice, ordene, coordine y haga eficiente los procesos de comunicación, posibilitando así a la institución el realizar sus propósitos. Este servicio de la comunicación en la Subalcaldía del distrito 3 trata de imponer orden, eficiencia, sentido e información a lo que de otra manera sería caótico.

El sistema de comunicación institucional debe establecer políticas de relación con públicos a todos los niveles, programando dichos contactos y orientándolos para proyectar la imagen que se persigue como meta o que se desea reforzar y mantener. A ello se debe que la comunicación institucional se valga de tácticas que no pueden estrictamente conceptuarse como de comunicación en su sentido más restringido.

El sujeto emisor es la Subalcaldía del distrito 3 y el receptor los vecinos. La información que produce la Subalcaldía del distrito 3, sobre una situación determinada, no produce un solo efecto, sino al ser producido en un contexto social dado, su condición es de múltiples efectos, tales como: mejoramiento de la relación entre emisor y receptor, una adecuada información, la toma de decisiones y la revista que sirve como archivo a los operadores de la gestión municipal.

Este trabajo lleva a la práctica una comunicación que produce sentido, tanto en la entidad emisora (Subalcaldía), haciendo conocer los proyectos municipales, políticos y actividades sociales, como en la receptora (vecinos) recibiendo información oportuna sobre los trabajos que realiza la Subalcaldía del distrito 3.

2.2.3.1. Concepto de Función Pública

Con base en los fundamentos constitucionales esbozados y con el fin de precisar el alcance normativo que debe abarcar una legislación sobre el libre acceso a la información pública, debemos analizar, en primer lugar, el concepto de función pública.

En este sentido, según la Ley modelo de Acceso a Información Administrativa para la Prevención de la Corrupción, se entiende por función pública toda actividad temporal o permanente, remunerada u honoraria, realizada por una persona natural en nombre del Estado o al servicio del Estado o sus entidades, cualquiera que sea su nivel. (Fuenmayor, 2004, p. 48)

2.2.3.2. Concepto de Información Pública

Otro concepto que requiere ser analizado para comprender el alcance del derecho de acceso del ciudadano a la información pública es, justamente, el concepto sobre la información pública. En este sentido, uno de los significados del término “público” es una multitud limitada y anónima de hombres (aislados o reunidos) que son asequibles, en conjunto, a la comunicación. (Fuenmayor, 2004, p. 49)

La información desempeña así “una función social de interés general”. Esta función, sin llegar a constituir un servicio público, determina la función pública informativa. En este orden de ideas, se observa que el carácter público de la Información del Estado reviste una importancia primordial para el ejercicio del derecho de los ciudadanos al acceso a esta información. (Fuenmayor, 2004, p. 50)

En este sentido podemos citar el artículo 4º del Proyecto de Ley Orgánica de Acceso a la Información Pública de la República del Ecuador, el cual define la información pública de la siguiente forma:

“Se considera información pública todo tipo de datos que se encuentren en poder de las instituciones públicas, contenidos en cualquier medio, documento o registro

impreso, óptico, electrónico, químico, físico, biológico o en cualquier otro formato, que hayan sido creados u obtenidos por ellas o se encuentren bajo su responsabilidad; así mismo, cualquier tipo de información desarrollada por personas naturales o jurídicas de derecho privado, obtenidas con recursos públicos o como resultado del encargo de una gestión pública”. (Fuenmayor, 2004, p. 50)

“El derecho a la información es un derecho universal, inviolable e inalterable del hombre moderno, puesto que se funda en la naturaleza del hombre. Se trata de un derecho activo y pasivo: por una parte, la búsqueda de la información; y por la otra, la posibilidad de todos a recibirla”. (Fuenmayor, 2004, p. 15)

Francis Balle define la libertad de comunicación como el derecho que tiene cada uno de utilizar libremente el medio de su elección para expresar su pensamiento y comunicarlo a los demás o para acceder a la expresión del pensamiento de otro, independientemente de la forma o finalidad de esa expresión. Esta definición también se configura como elemento fundamental en el derecho de acceso de los ciudadanos a la información pública del Estado. (Fuenmayor, 2004, p. 17)

2.2.4. COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

La Comunicación para el Desarrollo es un concepto que surge en el seno de las agencias de las Naciones Unidas. En 1984 la Organización de las Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación (FAO) definió la Comunicación para el Desarrollo como un proceso social diseñado para buscar un entendimiento común entre todos los participantes de una iniciativa de desarrollo, creando las bases para una acción concertada. (Sala, 2017, p. 106)

Durante el primer Congreso de Comunicación para el Desarrollo, celebrado en Roma en el año 2007, se estableció que la Comunicación para el Desarrollo es un proceso social basado en el diálogo y en el que se emplea una gran variedad de herramientas y métodos. (Sala, 2017, p. 106)

El autor Luis Ramiro Beltrán dice que la “comunicación de apoyo al desarrollo” es el uso de los medios de comunicación – masivos, interpersonales o mixtos – como factor instrumental para el logro de las metas prácticas de instituciones que ejecutan proyectos específicos en pos del desarrollo económico y social. Beltrán, (2005). *La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo*. Buenos Aires, Argentina: Nueva Imagen. (p. 10)

Así también, señala que la “comunicación de desarrollo” es la creación, gracias a la influencia de los medios de comunicación masiva, de una atmósfera pública favorable al cambio que se considera indispensable para lograr la modernización de sociedades tradicionales mediante el adelanto tecnológico, el crecimiento económico y el progreso material. Beltrán, (2005). *La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo*. Buenos Aires, Argentina: Nueva Imagen. (p. 10)

En ese contexto, el distinguido comunicólogo paraguayo, Juan Díaz Bordenave, planteó formular un “modo de desarrollo diferente del emanado del capitalismo liberal y del comunismo estatal y proponer a nuestros pueblos un socialismo democrático de bases comunitarias, autogestionarias y participativas.” Beltrán, (2005). *La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo*. Buenos Aires, Argentina: Nueva Imagen. (p. 15)

En 1976 un equipo multidisciplinario organizado en Argentina por la Fundación Bariloche planteó con apoyo canadiense por conducto del Centro Internacional de Investigación para el Desarrollo (CIID), un “Modelo Latinoamericano Mundial” para forjar por cambio estructural una nueva sociedad cifrada en la equidad, en la plena participación del pueblo en la toma de decisiones y en la protección del medioambiente. Beltrán, (2005). *La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo*. Buenos Aires, Argentina: Nueva Imagen. (p. 16)

Así también en 1976, en una singular revisión de sus convicciones, el ilustre investigador estadounidense de la comunicación para el desarrollo, Everett Rogers, pronosticó “la

extinción del paradigma dominante” aludiendo al modelo clásico de desarrollo. (...). Beltrán, (2005). *La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo*. Buenos Aires, Argentina: Nueva Imagen. (p. 16)

En tal sentido, ante los variados párrafos al que hicieron mención los autores, sobre la Comunicación para el Desarrollo, se refiere a toda una serie de estrategias comunicativas que se aplican a los llamados países del Tercer Mundo con el objetivo de mejorar sus condiciones de vida. Se basa en el potencial de los medios de comunicación para conducir al desarrollo económico y, como consecuencia, provocar un cambio social y para ello, se emiten mensajes con fines educativos que van dirigidos, en principio, a áreas como la agricultura, sanidad, nutrición, planificación familiar y desarrollo de las áreas rurales, entre otros; así también se incorporaron otras como la ideología, la cultura y la identidad nacional.

La Comunicación dedicada al Desarrollo tiene como principal objetivo propiciar que los individuos y las comunidades produzcan y se apropien de los procesos de cambio social, a través de la planificación y puesta en práctica de estrategias basadas en el diálogo y la negociación.

2.2.5. COMUNICACIÓN DEMOCRÁTICA

(...), los medios de comunicación hacen parte importante del proceso de construcción de democracia y ciudadanía, ya que ellos son considerados una agencia de socialización que como tal genera formas de relacionarnos en nuestro entorno. La comunicación también es fundamento de la democracia en la medida en que permita fortalecer los procesos de participación de los distintos actores sociales, (...). (Rodríguez, Obregón y Vega, 2002, p. 21)

Edgar Camacho miste subraya que "la democracia es el resultado de un nivel de desarrollo de las relaciones sociales, lo cual presupone, a la vez, la superior vinculación del hombre con sus semejantes y consigo mismo. Implica también un grado de comunicación entre esos hombres y de maduración de su conciencia social". Recuperado de

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815- (Fernando And Rad e Ruiz, 2001 párr. 34)

La Comunicación democrática construye nuestra realidad. Las organizaciones de la comunicación popular, todos los días y desde cada rincón, construyen el mensaje de que otro mundo es posible. Radios y televisoras comunitarias, revistas independientes, barriales y culturales nos cuentan en todo el país que “otra economía es posible”. Si la comunicación es un negocio, las noticias son mercancías que se compran y venden en el mercado. La comunicación es un derecho humano y no una mercancía. Recuperado de <http://poneleun10.com.ar/category/comunicacion-democratica/> (Anónimo).

De acuerdo con Beltrán, la comunicación democrática es, por ejemplo, (...), cuando no hay un real contacto de la vida humana entre varias personas, uno hace un esfuerzo para ayudar a todos a que se comuniquen mejor, es este recurso democrático, la comunicación como un pilar, el desarrollo de la democracia". Anónimo. (22 de octubre de 2013). Luis Ramiro Beltrán: La comunicación es un pilar para el desarrollo de la democracia. Recuperado de http://www.la-razon.com/index.php?_url=/sociedad/Luis-Ramiro-Beltran-comunicacion-democracia_0_1929407119.html (La Razón, párr. 3)

Beltrán dice que la comunicación es el vínculo primordial para poner en funcionamiento una democracia como principal sistema de convivencia y de ellos los comunicadores son los servidores que deben enseñar y servir como nexo importante. Anónimo. (22 de octubre de 2013). Luis Ramiro Beltrán: La comunicación es un pilar para el desarrollo de la democracia. Recuperado de http://www.la-razon.com/index.php?_url=/sociedad/Luis-Ramiro-Beltran-comunicacion-democracia_0_1929407119.html (La Razón, párr. 3)

Así también, cuando se habla de comunicación alternativa para el desarrollo democrático, trata sobre la expansión y el equilibrio en el acceso de la gente al proceso de comunicación y en su participación en el mismo, empleando los medios – masivos, interpersonales y mixtos para asegurar, además del avance tecnológico y del bienestar material, la justicia social, la libertad para todos y el gobierno de la mayoría. Beltrán, L. R. (2005). *La comunicación para*

el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo. Buenos Aires, Argentina: Nueva Imagen. (p. 21)

Ante las diferentes nociones de los autores, cabe indicar que la democracia está en los medios de comunicación impresos y electrónicos que juegan y jugarán un papel muy importante, en la medida en que estos se democratizan y cumplan con su papel social de informar con veracidad a la ciudadanía de todo lo que acontece en los diversos ámbitos de la sociedad. De manera que todos, sin excepción, estemos bien informados y contemos con los elementos necesarios que nos permitan tomar decisiones, sin ser víctimas de manipulaciones que sirven a los distintos grupos de poder o al poder invisible.

2.2.6. DESARROLLO Y DISEÑO DE LA REVISTA

2.2.6.1. Desarrollo de la Revista

- **Cabecera:** Cada revista transmite un mensaje. Para su confección, se elaboran unas pautas de estilo con las que se representan los valores que se quieren transmitir. La portada será la encargada de expresar bien este mensaje, y la cabecera es la parte fundamental para reflejar los valores de la revista. (Usero, I., 2013-2014. P. 18)

- **Portada y Contraportada:** La portada es una de las partes más importantes de las revistas, ya que es el primer elemento que se ve de la publicación. Necesita ser llamativa para destacar entre las otras revistas. También tiene que resultar familiar al lector y que exista una diferenciación clara con los otros números. La revista expresa un mensaje al lector, y la portada es una de las claves principales para la percepción de este. (Usero, I., 2013-2014. P. 19)

Las contraportadas son muy reclamadas por los anuncios, ya que tienen una gran visualización. Pero en una revista de autoedición en la que los anuncios no representan un elemento importante, esta parte se utiliza para crear una contraportada única,

permitiendo mayor juego de imágenes, combinándola con la de la portada, reforzando así el mensaje que transmite la revista. (Usero, I., 2013-2014. P. 19)

2.2.6.2. Funciones y Tareas del Diseñador en las Revistas

Las revistas son el mejor testimonio de la estética y pensamiento de la época en que se publican, ya que son hechas para los lectores. Varían dependiendo del país en las que son publicadas. Pueden ser de temas generales, de hobbies, de moda, de cualquier campo en el que el lector esté interesado. Ya que las revistas son un medio principalmente de entretenimiento y secundariamente de información, lo primero que se suele hacer al coger una revista, es mirar e interactuar, se hojeará hasta seleccionar el texto que más llamativo y entretenido le parezca al lector, por ello, se deben disponer los elementos de una forma intuitiva para conseguir crear una ruta clara para el lector, y de esto, se encarga el diseñador editorial. (Usero, I., 2013-2014. P. 12)

La función del diseñador es aportar personalidad, coherencia y organización para que el contenido sea fácilmente comprensible. Para esto, utilizará diferentes grosores y tamaños de tipografía, con los cuales creará destacados, entradillas, titulares, etc. También se encargará de la organización de las páginas, mediante la maquetación de las imágenes, textos y otros elementos, para que su relación permita contar la historia de la forma más clara y coherente posible, para conseguirlo, el diseñador tiene que hacer de editor y reflejar a la perfección lo que la revista quiere decir, apoyándose en el diseño para representarlo de la mejor forma. (Usero, I., 2013-2014. P. 12)

Lo más importante del diseñador o director artístico es que tenga un profundo conocimiento de la personalidad de la revista y de lo que quiere transmitir, para, mediante el diseño reflejarlo adecuadamente. (Usero, I. 2013-2014. p. 17)

La función del diseñador ha sido siempre crucial, es el encargado de aportar expresión a los elementos que componen la revista, para poder ser reconocida como un todo de forma coherente, y poder atraer a los lectores. Estos elementos se deben disponer de forma que el

lector encuentre todo lo que le interesa fácilmente. Pero el mérito no es sólo del diseñador, hay un gran equipo detrás de una revista. (Usero, I., 2013-2014. P. 13)

Los elementos ya nombrados, son recopilados por personas que proceden de diferentes entornos, los principales actores del proceso son el diseñador y el editor, que para el éxito del diseño editorial tienen que tener perfecta relación laboral, entender los trabajos de cada uno y apoyarse. Igual de importante es la relación que tengan con su plantilla. Este equipo, generalmente, está formado por, el director o editor, que es el último responsable del contenido de la publicación. (Usero, I., 2013-2014. P. 13)

En la realización de la maqueta de una revista hay que tener en cuenta diversos factores, la planificación, el ciclo de producción, los factores prácticos, factores del diseño en los que hay que tener en cuenta las cuestiones espaciales, la forma, la proporción, el color, las tensiones, repeticiones, ritmo, fluidez, etc. Todos estos factores afectan a las cuestiones a las que tiene que enfrentarse el diseñador, él se encargará de decidir el grado de rigidez o innovación de la maqueta y si los elementos se complementarán o se enfrentarán para crear armonía o discordancia. (Usero, I., 2013-2014. P. 13)

2.2.6.3. Diagramación / maquetación

- **El diseño editorial:** Es una forma de periodismo visual, cuya función es informar, entretener, instruir o desarrollar el conjunto de estas acciones, las cuales, generalmente, necesitan utilizar la relación de imagen y texto y sus diferentes combinaciones para comunicar de forma clara el contenido. La relación de estos elementos, ya sea entre ellos o en el esquema general del diseño, influye en la manera en la que los lectores perciben el contenido. (Usero, I., 2013-2014. P. 10)

Cada uno de los elementos que componen una publicación cumplen una función diferente. Como ejemplo, las imágenes son siempre un reclamo para el lector, ya sea en la portada como en los interiores. La función del diseño editorial es principalmente la de dar personalidad y expresión a los contenidos de una forma clara, captando la atención

de los lectores y con el propósito de ser un material útil e informativo. Entre los diferentes tipos de diseño editorial, las publicaciones más conocidas son las revistas, los periódicos y los suplementos. (Usero, I., 2013-2014. P. 10)

El diseño es una parte fundamental, ya que hay mucha información y se tiene que organizar y presentar de manera que al lector se le haga fácilmente comprensible. El diseñador utiliza una serie de elementos, como la tipografía del texto, los destacados y entradillas, ilustraciones y espacios en blanco para componer la combinación más correcta de estos elementos. (Usero, I., 2013-2014. P. 10)

➤ **La maqueta.**

Para la creación de la maqueta hay que tener en cuenta diferentes aspectos, como son: las funciones de la plantilla en la maquetación, la creación de la identidad corporativa, aspectos más específicos como el espacio, la cantidad de espacio, el tiempo, el coste o el propósito. También factores más técnicos como los estilos tipográficos, los cuerpos, la simetría o las imágenes, junto con los elementos que abarcan los citados anteriormente, como son los estilos y las técnicas. (Usero, I., 2013-2014. P. 21)

En la maquetación de las páginas es necesario crear una retícula base para componer y distribuir de la mejor forma los elementos, la cual, contiene columnas, medianiles, márgenes, línea base y marcas de corte. Para crear armonía en la maqueta los elementos deben estar muy regulados. En una estructura de maquetación rígida, se deberá utilizar un tono general uniforme, una retícula tipográfica rígida, cuerpo de texto pequeño, un interlineado adecuado, titulares con la misma familia tipográfica que el cuerpo de texto, etc. (Usero, I., 2013-2014. P. 21)

Conforme los artículos van aumentando su extensión y complejidad, la maquetación y la tipografía cobran mayor importancia, y los diseñadores tienen que crear nuevas formas y estilos para lograr una mejor legibilidad de los contenidos. La maquetación se encarga de potenciar o devaluar cómo se va a ver la información de una obra. Una maqueta

innovadora y creativa le dará a la obra mayor potencia visual, mientras que una maqueta más modesta hará que resalte más el contenido de la obra. (Usero, I., 2013-2014. P. 10)

La maqueta debe permitir al lector una fácil navegación por los elementos, tanto en medios impresos como en los digitales. Por ello, se establece una plantilla en la que se maquetarán los contenidos, intentando siempre llamar la atención del lector, con una coherencia visual y narrativa que se mantenga en todos los artículos. (Usero, I., 2013-2014. P. 10)

Las revistas son la versión mejorada de los periódicos, debido a su mayor profundidad en el tratamiento de los contenidos, mejor calidad del papel, del encuadernado y de las tintas. En el siglo XIX tuvieron un papel muy importante en el día a día de todas las clases sociales. Había revistas para cualquier profesión, interés y pasatiempo. (Usero, I., 2013-2014. P. 11)

Tras varios siglos de popularidad entre la sociedad, las revistas se encontraron con las nuevas tecnologías, pero no supuso ninguna amenaza gracias a los diseñadores y a los editores que consiguieron adaptar las revistas al nuevo cambio. Según Vince Frost, director artístico de Zembra: “El diseño editorial es el diseño que trabaja con publicaciones, revistas impresas que salen al mercado más de una vez y que por lo general tienen una apariencia distintiva y generan una sensación inconfundible.” (Zappaterra, p. 12)

2.2.6.4. La Tipografía en las Revistas

La tipografía es la técnica o el arte con la que se reproduce la comunicación mediante la palabra impresa. Y esta comunicación se realiza a través de los títulos, subtítulos, párrafos, columnas... Dentro de estos apartados influirá el tratamiento que se le da la tipografía para que el lector haga una mejor lectura, dependerá de la fuente elegida, del tamaño, del interlineado, del color, si está o no destacada de alguna forma, etc. (Usero, I., 2013-2014. P. 14)

En las revistas la tipografía crea la estética y el ritmo de las páginas, es la encargada de guiar al lector por la publicación, y a la vez, sorprenderlo. La revista tiene distintos apartados en los que la tipografía tiene diferentes funciones, y eso es lo que vamos a describir ahora, ya que estas diferenciaciones son muy importantes, son las que dan la coherencia a la revista y crean su estructura. (Usero, I., 2013-2014. P. 14)

Las partes más importantes en las que la tipografía tiene una función esencial son: La portada, los separadores, los artículos y el cuerpo de texto.

En la portada En las portadas podemos encontrar diferentes formas de tipografías, en la cabecera y en los titulares. Pueden ser tipografías ilustradas o hechas a mano. Todas cumplen la función de transmitir un determinado mensaje al lector, definiendo el estilo de la revista. (Usero, I., 2013-2014. P. 14)

2.2.6.5. Técnicas Gráficas de Impresión

Las técnicas gráficas han evolucionado a lo largo de los años. El método de Gutenberg agilizó y abarató la escritura de textos largos, fomentando el aumento de la alfabetización. En el siglo XVI ya se denominó a la impresión, escritura mecánica, pero según iban avanzando los tiempos se requerían máquinas que produjeran más cantidad de copias al día, fue en Bélgica donde dos impresores lograron imprimir 1.250 hojas al día por ambas caras usando una prensa de madera. (Usero, I., 2013-2014. P. 16)

2.2.6.6. Interiores

Para los interiores de la revista, se busca siempre sorprender y entretener al lector, utilizando imágenes impactantes, ilustraciones potentes y otros elementos que aporten a la página singularidad. Para ordenar estos elementos en la página, es necesaria una retícula. La retícula ayuda al diseñador a estructurar el contenido, el formato y su aspecto. Tal como explica Josef Müller-Brockmann, “El uso de la cuadrícula como sistema de ordenación es la expresión de

una cierta actitud mental ya que muestra que el diseñador concibe su obra desde un punto de vista constructivo y orientado hacia el futuro”. (Usero, I., 2013-2014. P. 22)

2.2.6.7. Encuadernación

Las encuadernaciones pueden reforzar el mensaje editorial si se utilizan correctamente. Es importante tener en cuenta la sensación que produce el tacto de la revista al lector, ya que esto reforzará los valores que se quieren reflejar. (Usero, I., 2013-2014. P. 27)

Hay diversos tipos de encuadernación, para las revistas, las más utilizadas son, en grapa, si la publicación es inferior a 5 mm, la cual le aporta ligereza y flexibilidad, la rústica, la más consistente, puede ir encolada o cosida, presenta tres tipos diferentes de encuadernación, la rústica fresada (encolado a la americana), con las hojas agrupadas por orden, se fresa el lomo, se encola y se pega a la cubierta, es la más económica, ofreciendo un resultado muy profesional, pero su vida útil no es muy larga. . (Usero, I., 2013-2014. P. 27)

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. METODOLOGÍA

El autor Hurtado, E. dice: “la metodología es el área del conocimiento que estudia los métodos generales de las disciplinas científicas”.¹

La metodología puede ser definida como el conjunto de procedimientos de investigación aplicables en las ciencias. Asimismo, podemos plantearla como la teoría sobre los métodos del conocimiento científico del mundo y su transformación.

Para una investigación científica es de suma importancia, como una estrategia, utilizar una metodología que conduce al investigador llegar hacia un camino correcto.

3.2. Método

Su significado original señala el camino que conduce a un lugar. Un método es un medio que permite alcanzar un objetivo a través de los pasos que se deben seguir, un camino proporcionado con herramientas de la técnica.

Según Ander-Egg (1992) un método es “el camino a seguir mediante una serie de operaciones, reglas y procedimientos fijados de antemano de manera voluntaria y reflexiva, para alcanzar un determinado fin que puede ser material o conceptual” (p. 41).

Dada las características del objeto de investigación y las implicancias del mismo, el enfoque metodológico se enmarca en lo que es el estructural-funcionalismo para elaborar la revista como medio informativo “Boom Vecinal ¡Utha Che...!”

3.3. Estructural- funcionalismo

De acuerdo a este paradigma se busca conocer la realidad de los fenómenos de la naturaleza.

¹ Hurtado, Eduardo. (2000). *Metodología en estudios de comunicación y mercadeo*, México. Ed. Diana, pág. 24.

Según Torrico (2016), el estructural funcionalismo está centrada en la existencia y subsistencia de la sociedad, las que atribuye al consenso entre individuos, grupos e instituciones, todos los cuales, según este enfoque, comparten valores y normas que posibilitan la cohesión y la estabilidad social, garantizan la reproducción de las estructuras, promueven el cambio ordenado y controlan los comportamientos amenazadores de la integración societal. (p. 28).

La palabra función de acuerdo a Villavicencio (2010) denota cumplimiento o realización, por lo tanto, se asocia a la “manifestación externa de las propiedades de un objeto, cualquiera que sea, en un sistema dado de relaciones. Por ejemplo, funciones de los órganos de los sentidos, funciones del dinero, funciones de un Estado” (p. 105).

En esa línea, la función que cumple la revista “Boom Vecinal ¡Utha Che...!” es informar sobre los proyectos y actividades de la Subalcaldía del distrito 3.

El presente trabajo, según su orientación metodológica, se apoya en la investigación mixta, es decir, cualicuantitativa. Por lo tanto, los estudios cuantitativos y cualitativos en lugar de antagonizar se complementan en la práctica investigativa. Cuantitativo porque se procede con información numérica estadística y; cualitativo porque estos resultados estadísticos son sometidos a interpretación crítica con apoyo de las entrevistas.

3.4. Métodos de Investigación (cualitativo-cuantitativo)

3.4.1. Método cualitativo

Lo cualitativo busca entender sobre las percepciones y significados el porqué de la existencia de los objetos.

Para Hernández Sampieri R. (2013), (...), los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de

investigación más importantes; y después, para perfeccionarlas y responderlas. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” en el que la secuencia no siempre es la misma, pues varía con cada estudio. (p. 7)

Entonces, la investigación cualitativa busca comprender al mundo social desde un acto de investigación para sistematizar las experiencias, explicar e interpretar los significados, conceptos y sentidos que los sujetos construyen.

El enfoque cualitativo facilita la recolección y análisis de los datos de forma detallada a través de las percepciones y significados producidos por las experiencias de los sujetos de estudio, a través de las entrevistas a autoridades ejecutivas y dirigentes vecinales, quienes están al pendiente de los trabajos que realiza la Subalcaldía del distrito 3.

El procedimiento se aplica a través de la observación y la entrevista dirigida a informantes clave para conocer en profundidad las percepciones, opiniones y sugerencias sobre la elaboración de la revista como medio informativo.

3.4.2. Método cuantitativo

Como complementariedad al método cualitativo, aunque con diferentes rasgos, es necesario utilizar lo cuantitativo para establecer las cantidades en términos operacionales.

La investigación cuantitativa se asienta sobre un marco conceptual más cercano a la matemática y a la estadística; por ello, la teoría del muestreo, los grados de confianza, los errores standard, las correlaciones, etc., son el bagaje conceptual sobre el cual se asientan sus principales propuestas metodológicas. (...). (Barragán, et al., 2003, p. 117).

Según el autor Víctor Oporto en su texto “el Proceso de Investigación en Ciencias Sociales”, la investigación cuantitativa tiene por objetivo medir la realidad social a fin de establecer las características de los fenómenos expresados en términos numéricos absolutos y porcentuales

con apoyo de las matemáticas y la estadística. El sustento epistemológico de la investigación cuantitativa es, precisamente, la estadística y el positivismo. (Oporto, 2015, p. 104)

Dentro del proceso cuantitativo se aplicó la técnica del cuestionario para recoger los datos estandarizados medibles que cuantifiquen los resultados sobre la elaboración de la revista como medio informativo.

Por tanto, con el enfoque cuantitativo, se procede a la recolección inicial de datos mediante la técnica de la encuesta que da a conocer el porcentaje del nivel de información que tienen los vecinos del distrito 3, respecto al tema de obras y actividades que realiza la Subalcaldía municipal; además de la importancia que posee una revista informativa para los vecinos del distrito 3.

3.5. Tipo de estudio

El tipo de investigación de este trabajo es no experimental y se apoya fundamentalmente en ser descriptiva.

Es investigación no experimental porque se observa el contexto en el que se desarrolla el fenómeno y se procede al análisis para obtener información. Además, se estudia los fenómenos exactamente cómo ocurrieron.

Es descriptiva porque trabaja sobre hechos reales, y su característica fundamental es tener una descripción de todos los elementos que posee el estudio propuesto, dándole una interpretación correcta al mismo.

3.5.1. Estudio descriptivo

Oporto V. (2015) en su texto “el Proceso de Investigación en Ciencias Sociales”, sostiene que el tipo de investigación descriptiva tiene como propósito cognoscitivo comprender y

traducir en un código (el texto escrito) el funcionamiento de una parte de la realidad asumido como objeto de estudio. (p. 110)

El estudio descriptivo es uno de los métodos cualitativos que se utilizan en investigaciones que tienen el objetivo de evaluar algunas características de una población o situación particular.

A través del estudio se describe el contenido de cada uno de los proyectos y las actividades que realiza la Subalcaldía del distrito 3.

Los detalles que aportaron en la entrevista, las autoridades y juntas vecinales fue de gran utilidad para este trabajo. Las opciones obtenidas entre entrevistado y entrevistador, permitió verificar que realmente existe la falta de información en los vecinos sobre los trabajos y actividades que realiza la Subalcaldía del distrito 3.

3.6. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Diseño es el procedimiento estandarizado, hecho para responder a las preguntas de investigación. En atención al diseño, la investigación se concibe bajo la modalidad de investigación de campo, el cual consiste en la recolección de campos de datos primarios, directamente del ambiente natural, sin manipular deliberadamente las variables independientes que son las que causan determinado efecto.

La investigación de campo es el proceso sistemático para obtener conocimientos en el terreno mismo en el que se desarrolla el objeto de estudio, puede ser participante o no participante. (Oporto, 2015, p. 112)

En este caso, el trabajo de investigación es participante, es decir, el investigador actúa como observador interno de los procesos sociales.

En primer lugar, a principios de la gestión 2019, previo al trabajo, se realiza un estudio de análisis de la realidad a través de la observación participante, es decir, en cómo la Subalcaldía del distrito 3 hace conocer los proyectos y actividades a los vecinos. Esto hizo que la atención se centralizara más en cómo la Subalcaldía, emite información a los vecinos y cuál es el trabajo que genera a diario, por lo que se visualiza el problema que periódicamente se presenta, la falta de información.

En segundo lugar, se procede a realizar grabaciones y toma de fotografías (cobertura periodística) de ciertas actividades y entrega de obras de mayor relevancia que ejecuta la Subalcaldía del distrito 3, con el objetivo de recolectar datos importantes para la publicación en la revista.

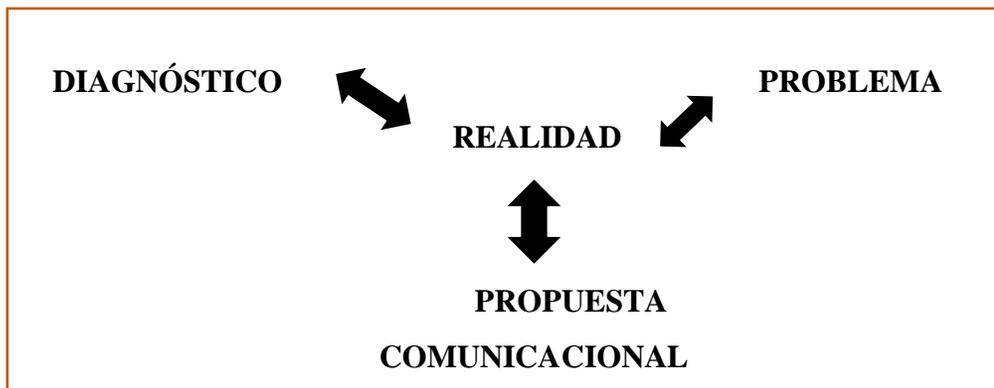
En tercer lugar, se recolecta información de la Subalcaldía, Secretarías y Direcciones municipales de la ciudad de el Alto, para discernir el trabajo que realiza la Subalcaldía del distrito 3 durante el primer semestre de la gestión 2019 en cuanto a la cantidad de obras entregadas y actividades realizadas, ya que muchos de los vecinos no tienen acceso fácil a este tipo de información que la institución pública tiene como obligación con la población.

Sin embargo, se evidencia, a través de las encuestas, que algunos vecinos de la zona de Villa Adela, no están informados sobre el trabajo (obras y actividades) que realiza la entidad pública; siendo una de las zonas más avanzadas en infraestructura y desarrollo social.

Así también, se conversa con las autoridades de la Subalcaldía del distrito 3 y con ejecutivos de la junta vecinal, a quienes se hizo la entrevista sobre el tema de obras y actividades que realiza la entidad pública. Los mismos aseguran que existe la necesidad de estar informados con herramientas que sean de fácil acceso para la población, quienes consideran que una revista informativa impresa y gratuita, es de mucho agrado para el vecino.

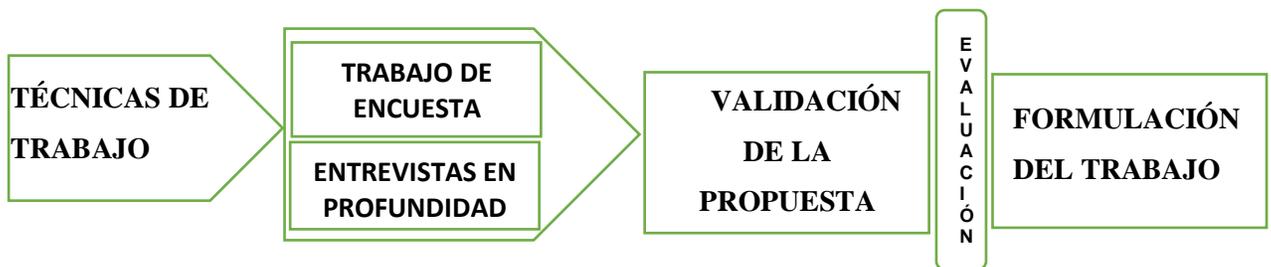
En síntesis, lo que se pudo emplear en este trabajo es la encuesta que nos lleva a resultados estadísticos y la entrevista que lleva a un resultado de análisis de contenido; lo que permite validar lo planificado en la fase previa a este informe.

CUADRO 2. DISEÑO METODOLÓGICO



Fuente. Elaboración propia, 2019

CUADRO 3. PROPUESTA METODOLÓGICO

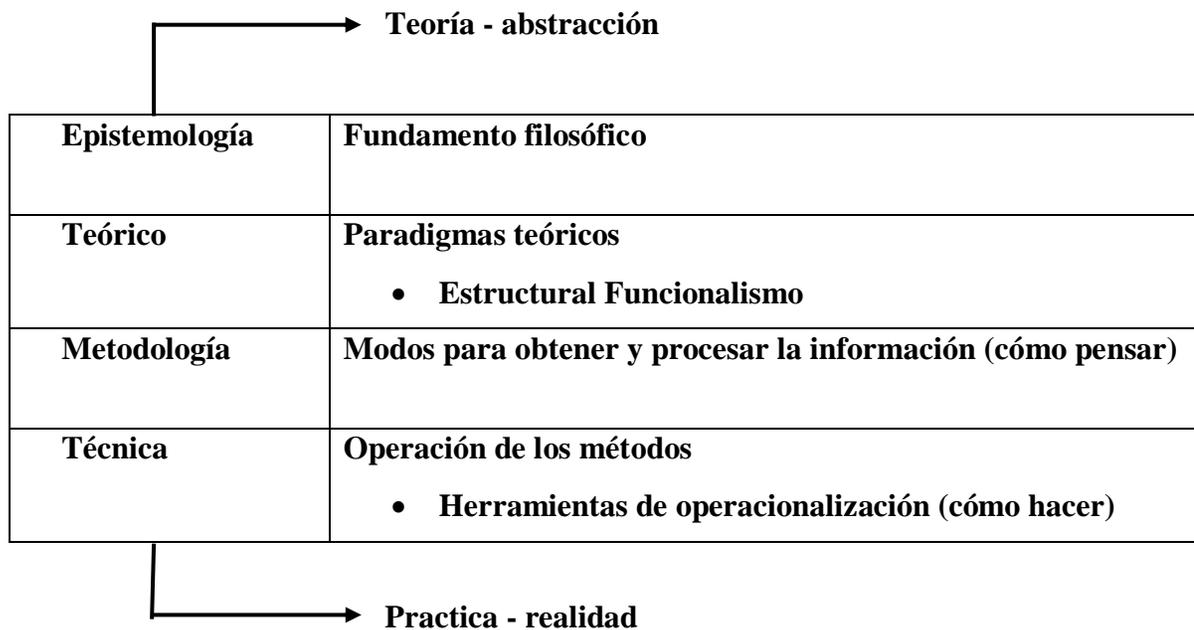


Fuente. Elaboración propia, 2019

El diagnóstico se ubica en el marco de la descripción y la explicación contextual de la problemática a resolver por el trabajo presentado. De acuerdo al estudio se verifica que la propuesta es necesaria para la elaboración de un instrumento comunicacional. A partir de este análisis, es que se ubica y se define este trabajo como investigación descriptiva.

El trabajo “Boom Vecinal ¡Utha Che...!” busca ser un aporte teórico, por lo cual se ubica dentro del fundamento epistemológico de la “teoría tradicional”, el enfoque metodológico ha buscado el procesamiento de este tipo de concepción de la realidad.

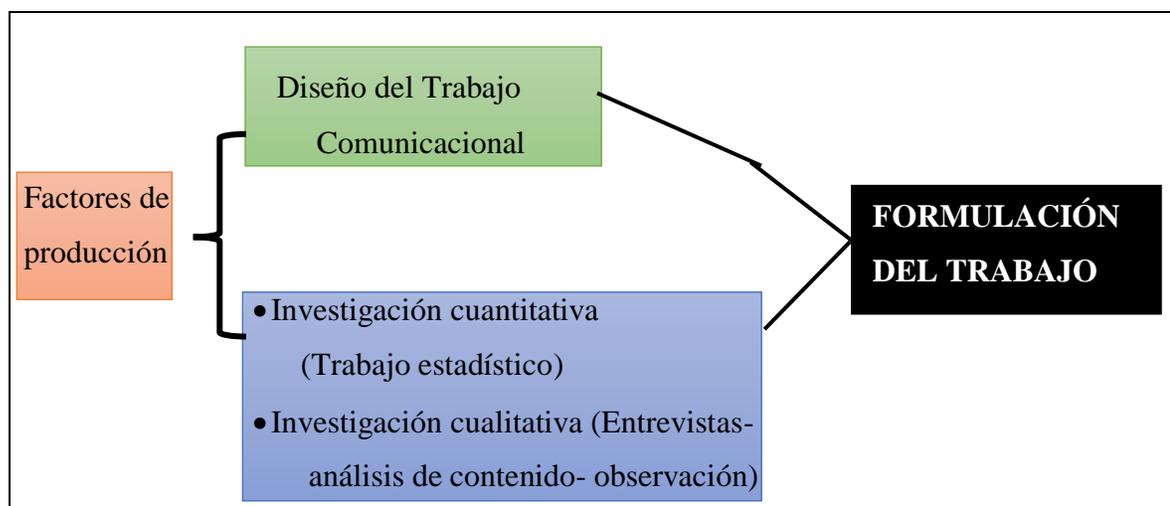
CUADRO 4. TEORÍA TRADICIONAL



Fuente. Elaboración propia, 2019

Las técnicas y métodos se diseñaron desde distintos parámetros, la identificación de las causas que originan la falta de orientación e información dadas en este trabajo.

CUADRO 5. DISEÑO COMUNICACIONAL



Fuente. Elaboración propia, 2019

3.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Uno de los aspectos importantes para el diseño de la metodología son las técnicas e instrumentos que deben ser determinados por el investigador para alcanzar el resultado final de la investigación.

Tintaya (2008) sostiene que “las técnicas y los instrumentos de investigación son los recursos concretos que permiten indagar, identificar, evaluar y acopiar la información que se busca” (p. 233).

Para desarrollar la investigación o trabajo de campo es de suma importancia conocer las condiciones y las cualidades de los instrumentos y técnicas, sus formas de aplicación que permita alcanzar los objetivos.

La elaboración de la revista como medio informativo “Boom Vecinal ¡Utha Che...!” se realiza en cuatro etapas: la primera implica el acopio de toda información teórica necesaria para la construcción del contenido teórico de la revista mediante el recojo de notas informativas, entrevistas, registro de fotografías, sondeos de opinión de las actividades y proyectos que realizan en la Subalcaldía del distrito 3.

La segunda etapa contempla el diseño y el maquetado de la revista a través de los programas Adobe photoshop CS6 y Adobe InDesing CS5 que permiten diseñar una revista de una manera eficaz.

En la tercera etapa se publica el producto final y las autoridades municipales pertinentes son quienes se encargan de la distribución gratuita del producto a los vecinos del distrito 3.

Finalmente, la cuarta etapa consiste en el desarrollo de investigación documental para la construcción del marco teórico y su conceptualización con el objetivo de explicar de qué manera están relacionados los fenómenos y además de la sistematización de los resultados

del trabajo de campo. El desarrollo de estas cuatro etapas implica la aplicación de una serie de métodos, técnicas e instrumentos.

3.7.1. Técnicas

La técnica es un conjunto de instrumentos y medios a través de los cuales se realiza un método. Para Tamayo y Tamayo (2009) la técnica es un: “Conjunto de mecanismos medios y sistema de dirigir recolectar, conservar, reelaborar y transmitir los datos” (p. 174).

Bajo este contexto, las técnicas de apoyo que se emplean en la investigación fueron:

3.7.1.1. Observación directa participante:

Básicamente esta técnica consiste en ver y oír a los hechos que suceden en un área de trabajo donde un investigador forma parte activa de un grupo, de tal manera que llega a ser un miembro más del grupo.

La observación participante se hace tanto interno como externo para tener una visión más clara de lo que sucede. Para Ander-Egg (1993) la observación participante u observación activa consiste en participación directa e inmediata de la persona que investiga asumiendo los roles conjuntamente con las personas del grupo o de una situación determinada para conocer los hechos desde el interior.

Dentro de la modalidad de un Trabajo Dirigido, la persona que realiza se incluye automáticamente, ya que son las normas que exigen a un investigador que se involucre dentro de una institución. En ese entendido, la técnica de la observación participante se aplicó en el trabajo de campo realizado en la Subalcaldía del distrito 3, involucrándose en todas las actividades y proyectos que se ejecutan en la dicha institución.

3.7.1.2. Entrevista dirigida a informantes claves:

La entrevista como medio y técnica de investigación se define como una conversación entre dos o más personas con el objetivo de recoger información sobre un problema o tema determinado, es una interacción psico-social entre el sujeto investigador y los sujetos que poseen datos necesarios al formar parte del objeto de estudio y de las unidades de análisis. (Oporto, 2015, p. 167)

“La entrevista puede ser definida como una conversación de carácter planificado entre el entrevistador y el o los entrevistados. (...)”. (Chuquimia, 2005, p. 143)

La información de relevancia se recolecta a través de la entrevista dirigida a informantes claves, para ello, se realiza entrevistas con preguntas abiertas a los(as) autoridades municipales de la Subalcaldía del distrito 3; responsables de los proyectos y actividades del primer semestre de la gestión 2019 y a los principales ejecutivos de la junta vecinal, a quienes se considera como informantes claves. Esta técnica fue realizada con el propósito de recoger información para los resultados.

Las entrevistas se aplicaron a las siguientes personas:

- Lic. Ana María Crispín Choque: Subalcaldesa del distrito 3 del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto (GAMEA) es la máxima autoridad de la institución.
- Arq. Edmundo Vargas Encinas: Fiscal de obras en la Subalcaldía del distrito 3 del GAMEA.
- Eloy Hidalgo Mariaca: presidente de la urbanización Villa Adela del distrito 3
- Ricardo Cortez: secretario general de la urbanización Villa Adela del distrito 3

- Celso Chambi Chauca: Control social del distrito 3

La entrevista puede ser individual o colectiva y por la forma en que está estructurada puede clasificarse en: dirigida o estructurada, semiestructurada, y no estructurada o libre. En nuestro caso se utilizó la entrevista semiestructurada para la obtención de respuestas concretas y objetivas.

3.7.1.2.1. Entrevista Semiestructurada.

En base a un cuestionario o una guía de preguntas se dirige al entrevistado en la línea de estas interrogantes y temas, pero a la vez, se permite ciertos grados de libertad en la opinión y percepción de las personas entrevistadas. (Oporto, 2015, p. 171)

Según Oporto la entrevista semiestructurada, parece ser la más adecuada en el campo de las ciencias sociales, pero indica que se debe ratificar que es siempre el objeto el que determina la forma de su abordaje: los métodos y técnicas a usar. (Oporto, 2015, p. 171)

La entrevista se acomoda a las características complejas que hace a este trabajo de campo, por lo que permite la flexibilidad y la espontaneidad. Esta técnica también permite realizar preguntas de acuerdo a las respuestas que vayan surgiendo durante la entrevista, misma que también enriquece la información.

3.7.1.3. La encuesta.

La encuesta, es otras de las técnicas que se utilizó para culminar la revista “Boom Vecinal ¡Utha Che...!”

La encuesta, según, Ryder Chuquimia, es una técnica de adquisición de datos o información de interés por medio de preguntas, sus respuestas permiten estudiar determinados hechos o fenómenos a través de lo expresado, mediante un cuestionario previamente elaborado, a

través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado. (Chuquimia, 2005, p. 147)

La encuesta elaborada para el presente trabajo, contiene preguntas claves; las mismas están dirigidas a los vecinos de la zona de Villa Adela del distrito 3, quienes facilitaron importante información. Los vecinos fueron seleccionados al azar.

La técnica de encuesta se aplica a la población meta definida dentro del trabajo que son los vecinos del distrito 3 desde los 33 años para adelante.

A continuación, se detallan las tres villas donde se realiza las encuestas sobre el nivel de información que tienen los vecinos respecto a las obras y actividades del primer semestre de la gestión 2019 que ejecutó la Subalcaldía del distrito 3 y sobre la elaboración de una revista como medio informativo.

- 1. Zona Villa Adela Central**
- 2. Zona Villa Adela Plan 145**
- 3. Zona Villa Adela Plan 560**

3.7.2. POBLACIÓN

La población o universo de estudio, es el conjunto de individuos u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación, al que se generalizarán los hallazgos. (Chuquimia, 2005, p. 119).

En ese contexto, el objeto de estudio es la población del distrito 3 de la ciudad de El Alto, que cuenta con un total de 129.036 habitantes, así también tiene 108 urbanizaciones, motivo por el cual, se optó por analizar una parte de ese distrito, es decir, se recolectó información con la técnica de las encuestas en la zona de Villa Adela, una de las urbanizaciones que tiene más avance en su desarrollo, para comprobar el nivel de información que los vecinos tienen respecto a las obras y actividades en su zona. En ese sentido, la zona de Villa Adela cuenta

con 9.952 habitantes, el cual fue el principal foco de estudio a través de las 30 encuestas realizadas a los vecinos.

3.7.2.1. Determinación de la muestra

Para realizar una encuesta próspera o la aplicación de cualquier técnica de estudio se debe determinar primero la muestra, solo así se podrá aplicar una técnica de estudio que permitirá recoger los datos o resultados.

De acuerdo con el autor Chuquimia (2005) la muestra es: “un subconjunto o parte de la población u universo en que se llevará a cabo la investigación con el fin posterior de generalizar los hallazgos al todo” p 119.

Chuquimia (2005) afirma: “cuando no es posible medir cada uno de los individuos de una población se toma una muestra representativa de la misma” p. 119.

En ese contexto, la dimensión del universo de estudio se aplica a las principales autoridades de la Subalcaldía del distrito 3, responsables de los proyectos y actividades ejecutadas en el primer semestre de la gestión 2019, a través de la técnica entrevista dirigida a informantes claves y a las bases de la junta vecinal.

Así también se realiza 30 encuestas en la zona de Villa Adela del distrito 3 de la ciudad de El Alto. Son 30 encuestas que equivale a un 100% de los vecinos que entre las edades oscila desde los 33 hasta los 73 años, con la intervención de 15 mujeres y 15 varones con el fin de predominar un género equivalente.

En cuanto al nivel de estudio de los vecinos tuvo una variación diferenciada desde el nivel básico, primaria, secundaria, universitaria e incluso profesional. Los vecinos de la zona Villa Adela central, se consideran en un nivel socioeconómico alto; los vecinos de la zona Villa Adela plan 145, se consideran en un nivel socioeconómico medio; y los vecinos de la zona Villa Adela plan 560, se consideran en un nivel socioeconómico bajo.

Entre tanto, se pudo evidenciar que la zona de Villa Adela, es una zona que tiene gran avance en cuanto a infraestructuras y desarrollo de su urbanización, sin embargo, los vecinos aseguraron no recibir información idónea y oportuna de parte de la Subalcaldía del distrito municipal 3, acerca de las obras en conjunto.

Ante la falta de información, los vecinos de la zona de Villa Adela se sienten preocupados por no conocer qué tipo de obras realiza la Subalcaldía en el distrito 3. Tras la falta de información en una de las zonas con gran avance en cuanto a infraestructuras, se deduce que, en las demás zonas aledañas a esta, terminan en un desenlace de desinformación. La propuesta de la publicación de una revista como medio informativo ahondaría de alguna manera la falta de información en estas zonas aledañas.

Todas las técnicas mencionadas anteriormente fueron sistematizadas, tabuladas, analizadas e interpretadas los resultados del trabajo.

3.7.2.2. Tipo de muestra

Éstas se determinan, generalmente, en base a necesidades; con frecuencia se habla de las muestras “probabilísticas” y “no probabilísticas”.

En ese contexto, para esta encuesta se aplicó la muestra no probabilística, que pueden ser aceptables, sobre todo para las investigaciones piloto y exploratorios a profundidad. Sin embargo, su empleo resulta muy discutible en la mayor parte de los estudios, pues rara vez son representativos de la población objeto de investigación.

Entre los métodos para extraer y conformar las muestras no probabilísticas se usó los siguientes muestreos: muestreo por conveniencia y muestreo intencionado o deliberado.

3.7.2.2.1. muestreo por conveniencia.

Como su nombre lo indica, entraña el empleo de una muestra integrada por las personas u objetos cuya disposición para ser incorporados como sujetos de estudio es más conveniente, por ejemplo, pueden ser las primeras cien personas que el investigador encuentre en la calle, voluntarios, obreros o personas que le parezca conveniente, según el lugar y el tipo de investigación que se realiza. (Chuquimia, 2005, p. 131)

Chuquimia (2005) indica: “el muestreo por conveniencia es la técnica de menor solidez y credibilidad, pero también se constituye en la más utilizada sobre todo en los estudios de las Ciencias Sociales” (p. 131).

En concordancia con los conceptos anteriores, se procedió a realizar 30 encuestas a los vecinos de la zona de Villa Adela del distrito 3 de la ciudad de El Alto, como un muestreo en representación al objeto de estudio que es la población del distrito 3; para recolectar el nivel de información acerca de las obras y actividades que ejecuta la Subalcaldía de ese distrito municipal. En tal efecto, se evidenció que predomina la desinformación en el objeto de estudio que llega a ser el vecino, sin importar su condición económica.

3.7.2.2.2. muestreo intencionado o deliberado.

El muestreo intencional, suele utilizarse cuando se busca una muestra de expertos para la aplicación, por ejemplo, de una prueba de detección de necesidades con base en la técnica del informante clave o en determinadas encuestas. (Chuquimia, 2005, p. 134)

En relación a los variados conceptos de este tipo de muestreo, se procedió a identificar a los principales actores en la dirigencia vecinal de la zona de Villa Adela del distrito 3 de la ciudad de El Alto, para realizar las respectivas entrevistas con el fin de llegar a identificar razones confiables en cuanto a la desinformación existente en la población. Así también se realizó entrevistas a autoridades municipales de la Subalcaldía del distrito 3, que tienden a ser principales actores para brindar información a la población respecto a las obras y actividades.

En cuanto a los resultados obtenidos a través de las entrevistas, se hace énfasis a la falta de interés del vecino en la participación a reuniones que convocan las autoridades municipales y dirigentes vecinales.

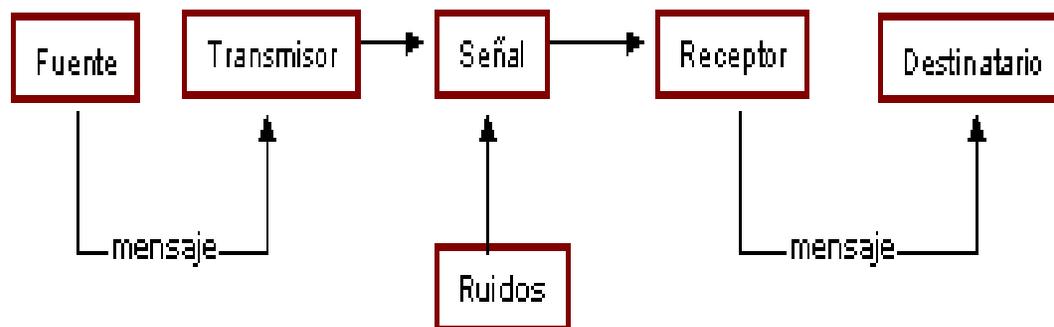
3.7.3. Instrumentos

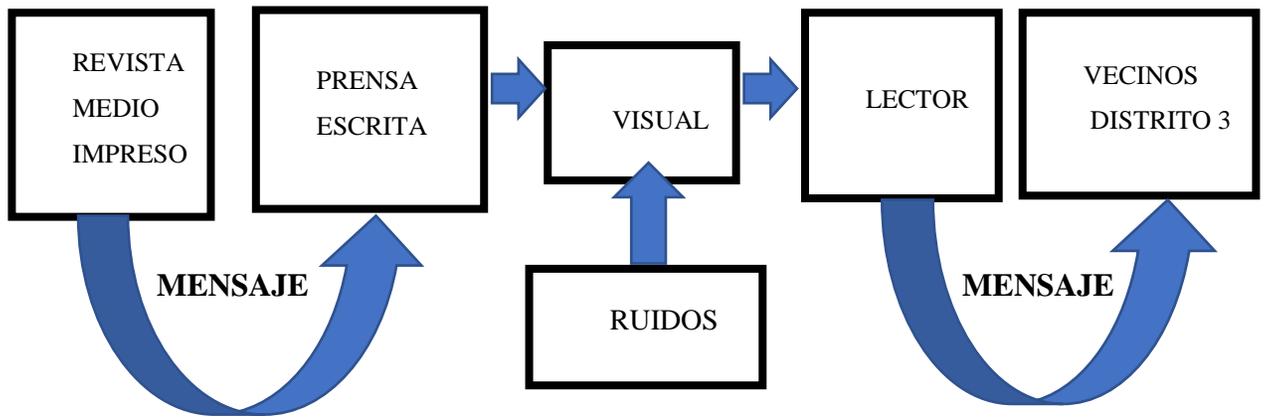
Tamayo y Tamayo (2009) define los instrumentos como “diseños de elementos formales que permiten el registro de datos. Elementos que el investigador construye para la recolección de datos a fin de facilitar la medición de los mismos, por ejemplo, encuestas, cuestionarios, entrevistas, etc.” (p. 100).

Los instrumentos que se utilizaron para la recolección de datos fueron los siguientes:

- ♣ Guías de entrevistas
- ♣ Formulario de cuestionarios.
- ♣ Formulario de encuestas
- ♣ Equipo e insumos de apoyo

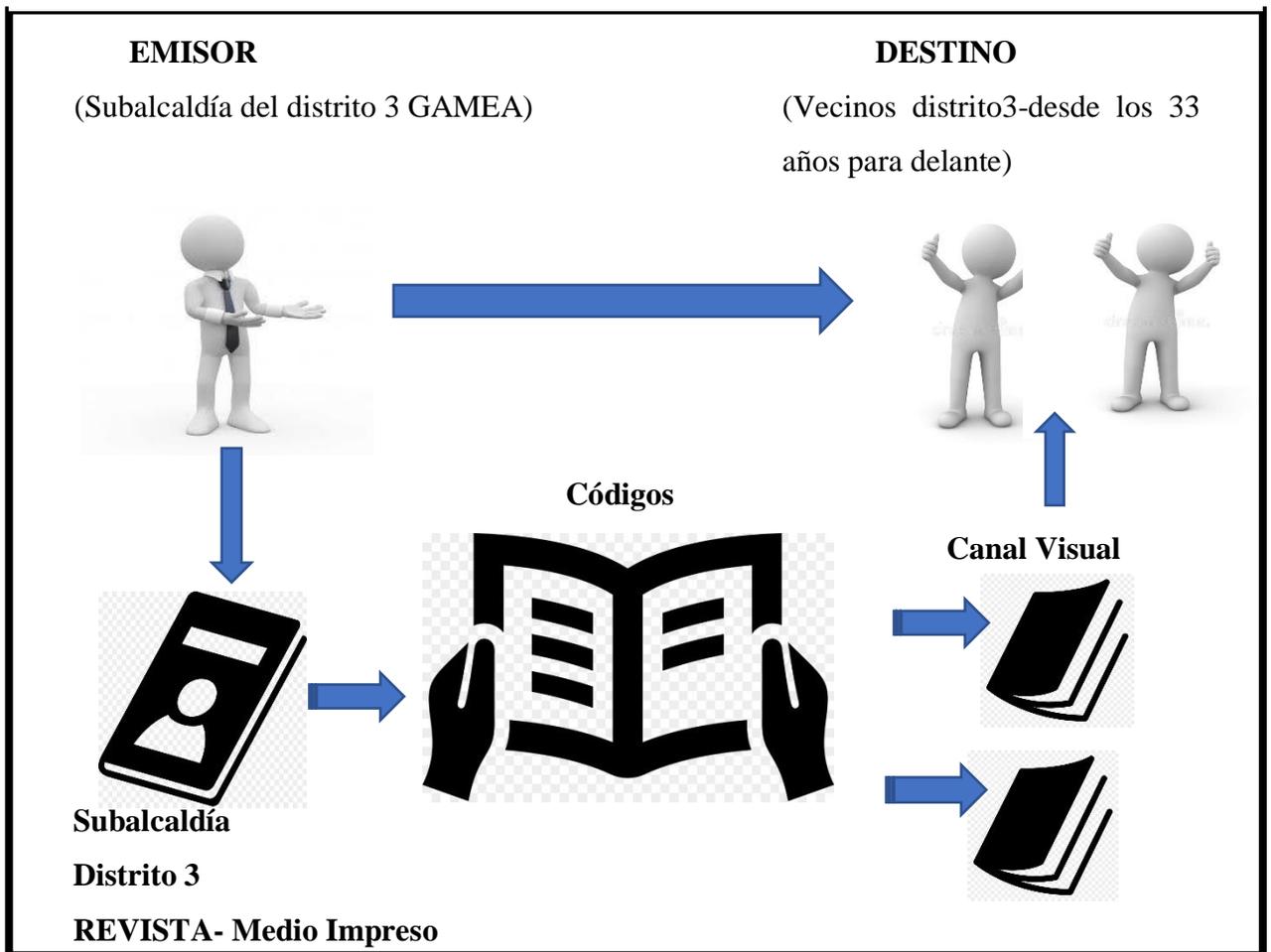
**FIGURA 1. MODELO DE SHANNON Y WEAVER
APLICADO EN LA ELABORACIÓN DE LA REVISTA**





Fuente: Elaboración Propia, 2019

FIGURA 2. ESQUEMA DE LA REVISTA IMPRESA



Fuente: Elaboración propia, 2019

CAPÍTULO IV

MARCO INSTITUCIONAL

4.1. HISTORIA DE LA CIUDAD DE EL ALTO²

Las luchas y gestiones que se realizaron durante tres décadas para lograr la creación de la Cuarta Sección de la Provincia Murillo con su capital El Alto, donde son las organizaciones vecinales que logran este objetivo, son dos asambleas vecinales que marcan el inicio y el final de un proceso en el que trascurrieron 30 años.

La Primera Asamblea de pequeños círculos con fuerte presencia agraria y con algunos vecinos notables, luego de la Revolución Nacional de 1952, se gestó una propuesta de la creación de la Cuarta Sección de la Provincia Murillo, la última asamblea con este objetivo se realizó el año 1985 contando con la presencia masiva de vecinos de El Alto, realizada en el Multifuncional de la Ceja.

Durante 1955, bajo una fuerte presencia agraria y vecinos, se gestó la propuesta de Creación de la Cuarta Sección de la Provincia Murillo, la cual se oficializa a través de una misiva enviada por el Oficial Mayor de Justicia e Inmigración del Ministerio de Gobierno al Prefecto del Departamento.

Dos años más tarde, en julio de 1957 se funda el Consejo Central de Vecinos de Alto parlante, Revista de Análisis de la Ciudad de El Alto, 2005, Artículo “Crease la cuarta sección de la Provincia Murillo con su capital El Alto”, Jhony Fernández Rojas El Alto de La Paz, cuyos antecedentes contemplaban la creación de la Cuarta Sección de la Provincia Murillo. Transcurridos cinco años en 1962, el entonces diputado nacional Anibal Aguilar Peñarrieta, propone al Parlamento lo siguiente: “El Congreso Nacional, decreta:

Artículo primero. - Créase un Gobierno Municipal Autónomo en El Alto de La Paz, cuya jurisdicción comprenderá: Alto Lima, Ballivián, 16 de Julio, Dolores, Bolívar y Tejada.

² Gobierno Autónomo Municipal de El Alto (GAMEA), (Ed.). (2015). *Atlas geográfico del Municipio de El Alto. El Alto, Bolivia: “Marino”*. Secretaría Municipal de Planificación de Desarrollo.

Artículo segundo. - Su organizaciones y funcionamiento estarán regido por la Ley Orgánica de Municipalidades...”

El 26 de enero de 1963, con el apoyo de la Central Agraria de Magdalena de Kajyo, se emitió un voto resolutivo, en el que se señala: “Las autoridades campesinas de la Central Agraria, apoyan con todo entusiasmo, moral y materialmente, para que se efectúe la Cuarta Sección Municipal de la provincia Murillo del departamento de La Paz”. Ese mismo año, el 20 de noviembre, la Secretaría de la Cámara de Diputados, remitió al Poder Ejecutivo el Proyecto de Ley 237/63, presentado por el Diputado, Armando Mollinedo Bacarreza, una propuesta que en su artículo primero menciona: “Crease la Cuarta Sección Municipal de la provincia Murillo del departamento de La Paz, con capital El Alto de La Paz e integrada por la circunscripción de las siguientes zonas: Alto Lima, Ballivián, 16 de Julio, Dolores, 12 de octubre, Bolívar y Tejada”.

El 12 de julio de 1965, el fiscal Primero de Partido, y posteriormente el 13 de agosto de 1965, objetaron la creación de la Cuarta Sección de la Provincia Murillo, siendo que esta área no era considerada un cantón asimismo se observó la ubicación dentro del radio urbano de La Paz. El 8 de diciembre de 1966, el Concejo Central de Vecinos de El Alto, con el fin de fortalecer su estructura orgánica y exigir con mayor propiedad sus peticiones, decidió crear la Sub Federación de Juntas Vecinales de El Alto de La Paz, con 14 representaciones vecinales. Para el 23 de abril de 1970, el voto resolutivo de la Sub Federación de Juntas Vecinales de El Alto, lograron que el alcalde de La Paz, Gral. Hugo Suárez Guzmán, apruebe la Ordenanza Municipal 116/70, por la que se crea la Subalcaldía de El Alto de La Paz.

El 11 de septiembre de 1981, a través de una nota, la FEJUVE solicitó al presidente de la república, Gral. Celso Torrelio Villa, una audiencia para tratar, entre otros, la creación de la Cuarta Sección de la Provincia Murillo y con otras gestiones realizadas junto al alcalde Raúl Salmón de la Barra.

También se emitieron las siguientes Ordenanzas Municipales: O.M. N° 44/82 del 15 de julio de 1982, que instruyó: “Dispónese la desconcentración administrativa de la comuna paceña

en alcaldías distritales... con autogestión propia sujeta a características de cada una de ellas, así como a los estudios y reglamentos adecuados a su funcionalidad”.

La Ordenanza Municipal N° 45/82 de la misma fecha, declaró: “Crease la Alcaldía Distrital de El Alto, sujeta al régimen de desconcentración administrativa...” En ocasión del II Congreso de la FEJUVE, tres meses después de esas ordenanzas, los delegados al cónclave vecinal, insistieron en que se deben ampliar y fortalecer las gestiones para conseguir la creación de la Cuarta Sección de la Provincia Murillo.

El 14 de septiembre de 1983, el Diputado Nacional, Antonio Aranibar Quiroga, hace público un Proyecto de ley en que se su primer artículo, señala: “Crease la Cuarta Sección de la Provincia Murillo del Departamento de La Paz, con su capital la ciudad de El Alto, la misma que comprenderá política y administrativamente, los siguientes cantones: Tacachira, Puchu Kollu Alto, San Roque, Secahuira, Pomamaya y Callutaca”.

En un “memorando de entendimiento entre la Honorable Alcaldía Municipal de La Paz y la Federación de Juntas Vecinales de El Alto”, firmando el 19 de octubre de 1984, por el fiscal Guillermo Gutiérrez Villegas y el Alcalde de La Paz Mario Sanjinés Uriarte, en relación a la petición alteña, el documento sostuvo: “... las aspiraciones populares de la población de El Alto en conceptualizar la ‘descentralización’ como reivindicación esencial de su movimiento, no constituye un factor que atenta a la estabilidad del Gobierno Municipal, sino más bien, es la expresión del deseo popular de hacer del municipio, un ente moderno y con eficiencia administrativa que permita visualizar un gobierno unitario y descentralizado”.

El 6 de marzo de 1985, el Congreso Nacional aprueba la Ley 728, que a la letra dice: “Créase la Cuarta Sección Municipal de la Provincia Murillo con su capital El Alto de La Paz, del Departamento de La Paz... por tanto, de conformidad al artículo 78 de la Constitución Política del Estado, promulgó para que se tenga y cumpla como Ley de la República... Julio Garret Ayllón, Samuel Gallardo L., Luis Añez A., Mario Rolón Anaya, Guido Camacho, y Jaime Villegas D.”

Es así que después de treinta años, de constancia de los dirigentes vecinales de dos generaciones lograron a cumplir con la misión solicitada por el fervor cívico. Se resalta esta historia por la importancia de hacer conocer a las nuevas generaciones de todas las gestiones que se realizaron por largos años para lograr la autonomía alteña y no responden a cálculos políticos coyunturales que algunos analistas sostienen que son responsables los parlamentarios de la bancada paceña, al igual que las autoridades municipales de entonces. El 20 de septiembre de 1988, El Alto es elevado a rango de ciudad por el Congreso Nacional.

4.1.1. Características del crecimiento urbano de El Alto – Periodo 1940-1970 ³

La evolución histórica del crecimiento urbano de El Alto a diferencia del resto de las ciudades bolivianas, no fue como resultado de una decisión formal sino como consecuencia de un proceso gradual de ocupación del espacio, desde la primera función como lugar de paso e ingreso a la ciudad de La Paz, se transformó en el centro de servicios, alojando dependencias de empresas públicas y privadas, hasta la acogida de asentamientos humanos que no encontraban cabida en la ciudad de La Paz, tanto por la movilidad intraurbana entre La Paz y El Alto, sumada la migración desde las áreas rurales y del interior del país, que da lugar a la creación de innumerables urbanizaciones (legales o no) a través del cual se ocupa y fracciona el suelo de manera general no planificada.

4.1.2. Proceso de urbanización – 1940

A inicios de la década de los años cuarenta, El Alto comienza el proceso de urbanización, debido a la gran distancia que se encontraba de la ciudad de La Paz y por sus condiciones climáticas no eran áreas de interés para el uso residencial. Al acelerarse el proceso de urbanización en la cuenca y aumentar la demanda de suelo urbano, los propietarios latifundistas del altiplano, aprovechan la coyuntura e inician los loteamientos de sus tierras, es así que el 14 de septiembre de 1942 se funda la primera urbanización alteña denominada Villa Dolores, posterior a esta le siguen otras ubicadas sobre la carretera y el ferrocarril a

³ Gobierno Autónomo Municipal de El Alto (GAMEA), (Ed.). (2015). *Atlas geográfico del Municipio de El Alto. El Alto, Bolivia: "Marino"*. Secretaría Municipal de Planificación de Desarrollo.

Oruro como las villas Bolívar A y 12 de Octubre (ubicadas al sur de la Ceja), las villas 16 de Julio, Ballivián y Alto Lima se ubican al norte, contiguas a la carretera a Copacabana, las autoridades edilicias paceñas de entonces, consideraban barrios marginales a dichas villas.

La ciudad de El Alto se ha caracterizado por su auto organización que se ve reflejada en la existencia de las Juntas Vecinales, mismos que surgieron junto a las primeras urbanizaciones, así el 26 de marzo de 1945 se formaron las primeras juntas de vecinos en la actual zona Sur de El Alto, en 1947 el ciudadano Manuel Chávez organizó la junta vecinal de Alto Lima, en la parte norte, en 1957 surgió el Consejo Central de Vecinos de El Alto, la que impulsó la construcción del Mercado Santos Mamani y de las escuelas Iturralde y Ballivián, además de la creación de la Cuarta Sección Municipal de la Provincia Murillo, con El Alto como capital, de lo cual se describió en párrafos anteriores.

Con la Revolución Nacional de 1952 y la propuesta de las expropiaciones debido a la Reforma Agraria y a una posible Reforma Urbana, se agiliza las iniciativas privadas de realizar loteamientos de terrenos de los grandes propietarios de tierras en El Alto, las familias Téllez-Reyes, Rodríguez-Balanza, Castillo-Nava, etc. Estos loteamientos iniciados en los años cuarenta se aceleran y la metrópoli andina, Carlos Urquiza H. dan lugar a un conjunto de urbanizaciones dispersas carentes de servicios básicos como: agua, energía eléctrica, alcantarillado, sin criterios urbanísticos ni articulación urbana entre zonas. Fraccionado el terreno rustico se tiene la edificación aislada y dispersa a cargo de los propietarios individuales, que realizan su vivienda con la autoconstrucción, a partir de 1955 en adelante, se comienza a dotar de algunos servicios básicos como electricidad a Villa Dolores y agua potable a las villas 16 de Julio y Alto Lima.

La Revolución del 52 también involucra a los alteños en su primera movilización de vecinos a través de comandos zonales organizados en sindicatos de inquilinos, llegando a ser los primeros beneficiarios de los loteamientos oficiales, que se realiza con la Reforma Urbana promulgada con la Ley 3819 del 27 de agosto de 1954, que afecta a tierras de los hacendados, dueños de grandes extensiones de tierra en El Alto, dando origen a: Ciudad Satélite, Villa Santa Rosa y Rosas Pampa entre 1957 y 1959, estas áreas son destinadas para dotar de

viviendas para suboficiales de la Policía y del Tránsito. Este proceso de urbanización origina que El Alto se incorpore oficialmente como zona suburbana de la ciudad de La Paz.

Posteriormente serán las comunidades campesinas que vendan los terrenos sin servicios, a través de apoderados, de especuladores y los denominados loteadores, esta forma irresponsable del “mercado de tierras” se institucionaliza en El Alto, originando ese crecimiento caótico y sin control de la mancha urbana, que persiste hasta ahora como forma de urbanización, donde el agente comercial no tiene ninguna responsabilidad en la dotación de servicios.

Las grandes propiedades particulares, no era la única forma de tenencia de los suelos, muchas instituciones del Estado básicamente de servicios y militares pasaron a ser grandes propietarios de tierras. Así se tiene la Base Aérea, el aeropuerto internacional, los diferentes puntos de paso de las líneas férreas, luego construcciones de carácter militar, abarcando importantes extensiones del suelo.

A mediados de los años cincuenta, las empresas como el Lloyd Aéreo Boliviano, el Ferrocarril La Paz-Guaqui y otras (con sede principal en la ciudad de La Paz) poseen instalaciones de apoyo y servicios utilizados como: oficinas, depósitos, maestranzas y otros, de manera que en El Alto consolida su vocación de recibir grandes instalaciones y equipamientos. Asimismo, se consolida el emplazamiento de la Aduana Nacional.

Más adelante, la propiedad privada de carácter industrial, empresas grandes, medianas o chicas, de diferentes ramas productivas, le otorgaran a la ciudad una nueva configuración urbana, que se desarrollan en torno a las principales vías de acceso a la ciudad de La Paz, que son las carreteras a Oruro, Viacha y Copacabana. El Plan Regulador de 1956 de la ciudad de La Paz, planifica el crecimiento de El Alto en torno al aeropuerto y a su centro de comunicación con La Paz, que es el borde geográfico que conforma La Ceja, se destinan al sur las urbanizaciones de viviendas unifamiliares y bifamiliares aisladas, y al norte las áreas destinadas a industria y comercio, como en La Paz se destinan Achachicala y Villa Fátima a las funciones de comercio e industria, el Casco Central para actividades administrativas y

comercio, y el resto de la ciudad a distintas tipologías de viviendas, en ese entonces se propone un cinturón forestal entre La Paz y El Alto, que no se llega a implementar.

4.1.3. Crecimiento de la Mancha Urbana⁴

El crecimiento demográfico de la población Alteña, es uno de los factores significativos en la expansión urbana en estos últimos años. En este sentido, la representación gráfica del comportamiento y tendencia de expansión en las últimas décadas, adquiere vital importancia para su análisis.

Los primeros asentamientos humanos monitoreados geográficamente en el municipio datan del año 1912 teniendo un radio de expansión originado desde el sector de la ceja. En este contexto, el proceso de origen y crecimiento de la mancha urbana, muestra que en la primera mitad del siglo XX se implementan instalaciones de carácter civil, aeroportuaria y aquellas vinculadas a los ferrocarriles. Es a partir de la década de los 40 donde realmente se producen.

Los primeros asentamientos en el sector de La Ceja y Alto Lima, expandiéndose poco a poco hasta el día de hoy en un proceso complejo de ocupación del espacio en forma expansiva y centrífuga.

La mancha urbana de la ciudad de El Alto, está estructurada con un trazado radial, combinado con el trazado reticular. Se manifiesta en las vías que forman rutas de circunvalación alrededor de un punto centripeto que es la Ceja (las avenidas: Cívica, Bolivia, Costanera, Elizardo Pérez, Adrián Castillo, Panorámica, Litoral, Periférica, entre otras) e interconectadas con vías radiales como ser las Avenidas: Kilómetro 7, Ladislao Cabrera, 6 de marzo, Juan Pablo II y Carretera a Copacabana. Por otro lado, al interior de los Distritos, predomina la forma reticular con la forma rectangular de las manzanas, hecho que se manifiesta claramente en las urbanizaciones 16 de Julio, Los Andes, Villa Esperanza y sus

⁴ Gobierno Autónomo Municipal de El Alto (GAMEA), (Ed.). (2015). *Atlas geográfico del Municipio de El Alto. El Alto, Bolivia: "Marino"*. Secretaría Municipal de Planificación de Desarrollo.

alrededores. En el resto de la ciudad, la mancha urbana presenta algunos trazos variados que en su esencia mantienen la forma reticular.

4.2. PROCESO DE DISTRITACIÓN⁵

En el marco de la Ley 031 de Marco de Autonomías y Descentralización, y como instrumento aplicado a los espacios de planificación y gestión, la Distritación Municipal es el proceso de etapas sucesivas que busca organizar los distritos al interior del Municipio.

La Distritación pretende accionar la participación conjunta y coordinada del Gobierno Autónomo Municipal, las organizaciones comunitarias, los sectores de salud, educación y todos los estantes y habitantes del Municipio.

El Municipio, en el proceso de conformación de sus Distritos, muestra modificaciones considerables en cuanto a su extensión territorial. En este ámbito, en 1996 se registra la primera propuesta de Distritación Municipal, conformado por 7 distritos: de los cuales 6 distritos son urbanos (1, 2, 3, 4, 5 y 6) y uno rural (7). En esta primera delimitación y conformación de Distritos, la superficie del Aeropuerto Internacional de El Alto no era parte de ningún distrito.

Años después, en el 2002, el Distrito 6 se unifica con el espacio del aeropuerto internacional; los Distritos 3 y 4 se extienden hasta los límites del Municipio al oeste y sobre el espacio del anterior Distrito 7. Asimismo, se crean dos nuevos Distritos: el 8 (urbano) al sur del Municipio colindando con los distritos 2 y 3, y al norte con el distrito 9 (rural), que resulta de la división del Distrito 7 en dos fracciones.

En el año 2005 se crea el Distrito 10, con el propósito de anexar las comunidades de Villa Exaltación de Amachuma, Parcopata y Chañucahua. Posteriormente, en el año 2007, se crea el Distrito 11 (Rural), de la división del Distrito 7.

⁵ Gobierno Autónomo Municipal de El Alto (GAMEA), (Ed.). (2015). *Atlas geográfico del Municipio de El Alto. El Alto, Bolivia: "Marino"*. Secretaría Municipal de Planificación de Desarrollo.

Consecutivamente el 2008 se crea el Distrito 12 (Urbano), resultado de la división del Distrito 3. En el mismo año, se crea el Distrito 13 (Rural), que resulta de la división del Distrito 9 en dos fracciones. Subsiguientemente, en el año 2010 se crea el Distrito 14 (Urbano), como producto de la división del Distrito 7 en dos partes.

El año 2012, el Distrito 7 se modifica ya que los límites de determinadas urbanizaciones se encontraban divididas entre este Distrito y el Distrito 9; en consecuencia, el Distrito 7 se amplía a costa del Distrito 9.

Finalmente, durante el año 2013 se efectúa nuevamente la modificación al Distrito 7, la cual disminuye su superficie. En este sentido, a efecto de esta disminución, la extensión territorial del Distrito 13 tiene un incremento de superficie. En la actualidad el municipio de El Alto cuenta con 14 distritos, de los cuales, diez son reconocidos como urbanos (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 12 y 14) y cuatro como rurales (9, 10, 11 y 13).

4.3. SUBALCALDÍA DISTRITO 3⁶

En lo que se conoce como Subalcaldía del distrito municipal 3, se crea mediante la ordenanza municipal N.º 004/99, de fecha 05 de febrero de 1999, como inicio del proceso de desconcentración del Gobierno Municipal y con la ordenanza municipal 01/200, se determina la desconcentración gradual de las funciones operativas municipales en las Subalcaldías distritales, a fin de garantizar mayor participación y atención, designándose como: el primer subalcalde, al señor Francisco Sánchez y al segundo subalcalde, al señor Valentín Choquehuanca; del distrito municipal 3.

Asimismo, resaltar que la Subalcaldía del distrito municipal 3 fue fundado el 26 de julio de 1999. De acuerdo a la información adquirida de la Subalcaldía del distrito 3, hasta el censo de 2012, los habitantes del sector fueron de 75.404 pobladores. En el distrito existen un total

⁶ Gobierno Autónomo Municipal de El Alto (GAMEA), Subalcaldía del distrito Municipal 3 de la ciudad de El Alto.

de 108 urbanizaciones, donde la zona Villa Alemania cuenta con mayor densidad demográfica (7.185) y el barrio 9 de febrero cuenta con menor cantidad de habitantes (71).

CAPÍTULO V

DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA Y RESULTADOS

5.1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

Los vecinos de la ciudad de El Alto del Distrito Municipal - 3, desconocen de cuáles son las actividades y obras que son implementados en sus zonas, además de las soluciones que el Gobierno Central Municipal y Regional efectúa en base a las necesidades identificadas (ejecución de obras y atención en temas de seguridad ciudadana, medio ambiente, transporte, salud, y otros).

La Subalcaldía del Distrito Municipal - 3 carece de un área de comunicación, ya que la misma es muy importante para la transmisión de información de todas las actividades que lleva a cabo la institución. Los vecinos deben tomar conciencia para que los mismos sean parte de la solución a sus necesidades.

La importancia de un área de comunicación en la Subalcaldía del Distrito Municipal - 3 es fundamental, ya que la misma tendría la amplitud de poder trabajar con los vecinos y los mismos puedan estar informados a través de revistas impresas o digitales, así también a través de spots y jingles para concientizar e informar a la población. Las redes sociales, son parte importante para informar a los vecinos.

Es así que el tema de la información es fundamental para el vecino, ya que, por la falta de la misma, existen problemas que llegan hasta las protestas y marchas, perjudicando a la mayoría de la sociedad.

Por ejemplo, no todos los vecinos conocen de la información donde la Alcaldía de El Alto presentó un Plan Estratégico de Seguridad Ciudadana basado en tres programas: Escuelas Dignas, Equipamiento Policial y Prevención. En la gestión 2015, la iniciativa “Ciudad Segura” tuvo una inversión de 170 millones de bolivianos, mismo que fue programado para cinco años.

“En 2011 la inversión para combatir la inseguridad ciudadana era de 6,7 millones de bolivianos, hasta 2013 esta cifra se incrementó a 22,8 millones de bolivianos y en 2014 se

redujo a Bs 13,7 millones anuales”, explicó el Secretario Municipal de Seguridad Ciudadana, Dorian Ulloa, en una conferencia de prensa.

El vecino de la ciudad de El Alto, desconoce de los trabajos y estrategias que la comuna alteña a través de la Secretaria Municipal de Seguridad Ciudadana, está implementando en la temática de seguridad, donde se está interviniendo con diferentes programas para prevenir hechos delincuenciales, como ser:

Escuelas Seguras, que tiene como base la instalación de cámaras de vigilancia que cubren el perímetro de 20 unidades educativas, que se encuentren con mayor riesgo de inseguridad, la propuesta de patrullaje motorizado para cada unidad educativa, por lo que existe una vigilancia a la hora de ingreso de los estudiantes, mientras éstos pasan clases y en el horario de salida. Además, se planificó el colocado de señalización referida a las diferentes normas de tránsito. El tercer elemento dentro de Escuelas Seguras, es la prevención dentro de las unidades educativas y el trabajo coordinado con las juntas escolares, vecinales, alumnos, profesores y padres de familia.

Equipamiento Policial, en este segundo programa, se prevé la dotación de vehículos de patrullaje, comunicación, combustible y la creación en El Alto del Instituto de Investigaciones Técnico Científicas de la Universidad Policial (ITCUP). También se creó una mega estación de bomberos, se efectuó la propuesta a la Policía sobre la instalación de dispositivos de seguimiento satelital (GPS) en todos los vehículos en servicio efectivo en la ciudad para tener una mejor distribución de los motorizados en los 14 distritos, la construcción del Centro de Monitoreo Municipal (CMM) y nuevas Estaciones Integrales Policiales (EPI).

En el tercer programa, denominado Prevención, el cual cuenta con el apoyo de la Guardia Municipal y la Guardia Municipal de Transporte, mismas que están encargadas de promover valores sociales y difundir información útil a la ciudadanía para evitar casos de inseguridad.

Sin embargo, la población desconoce toda esa información y las medidas que está asumiendo el municipio de la ciudad de El Alto. En base a los datos que brindó la

Subalcaldesa del Distrito Municipal - 3, Ana María Crispín, habrían invertido un millón 500 mil bolivianos en el tema de luminarias en el distrito 3, para combatir la inseguridad y no todos los vecinos conocen de estos trabajos que las instituciones públicas realizan.

Así también, la Subalcaldesa del Distrito Municipal – 3 de la ciudad de El Alto, aseveró que en las 55 unidades educativas que tiene el distrito 3, se llegó a capacitar a todos los estudiantes para generar la prevención hacia la delincuencia, orientando a una vida mejor. Todos estos programas que se fueron implementando durante los últimos años, la población lo desconoce.

En el tema de áreas verdes, de acuerdo con los datos que informó el concejal del Movimiento Al Socialismo (MAS) Juanito Angulo, en 2017 la Alcaldía habría asignado 5 millones de bolivianos para el fortalecimiento de áreas verdes, 59.225 bolivianos destinados a la ampliación y mejoramiento de viveros municipales y 184.973 bolivianos para la forestación y reforestación comunitaria, información que no llega a oídos de los vecinos. Si bien se está implementando estos recursos para el mejoramiento y fortalecimiento de estas áreas verdes, la misma población no tiene cuidado con estas áreas recreacionales; entonces la estrategia comunicacional ayudará a que los vecinos del distrito municipal 3 puedan generar conciencia para el cuidado del medio ambiente.

La revista, mostrará fotografías con información idónea para sensibilizar al vecino y concienciar al cuidado del medio ambiente, al cuidado de las obras y al interés en la participación de actividades desarrolladas por la Subalcaldía. El vecino tendrá una información, de difícil acceso, en sus manos, el cual detallará la cantidad de trabajos que se implementó para el mejor desarrollo del distrito 3 que necesitan los cuidados respectivos por los propios vecinos.

Entre otros ejemplos de desinformación, se podría señalar que en fecha 29 de junio de 2019, periodistas de la urbe alteña, informaron que los vecinos y transportistas de El Alto hicieron conocer su molestia, tras observar que los propietarios de tiendas de ferretería en Cruce Villa Adela del Distrito 3, exponían sus productos en casi la totalidad de las aceras peatonales, no conforme con ello, dejaron bajo el puente a desnivel residuos de material descartado, por lo

que se hizo un llamado a las autoridades de El Alto para que recuperen las aceras en favor de los transeúntes. (Fuente: Peter Luna Sillerico – periodista).

Tras ese contexto de la noticia informativa con ciertos problemas del diario vivir, también se observan las soluciones a los mismos; sólo que estas no se replican en ningún medio de comunicación, por lo que los vecinos del distrito municipal 3 necesitan estar informados acerca de las soluciones, que el Gobierno Central a través de las Subalcaldías van generando.

De acuerdo a la información vertida por la Subalcaldesa del Distrito Municipal 3 de la ciudad de El Alto, funcionarios ediles recorrieron por las aceras para reordenar a algunos propietarios que exponían sus diferentes productos en casi la totalidad de las aceras peatonales, debido a estas acciones que tomó la Subalcaldía Del Distrito 3, los servidores públicos, casi fueron agredidos por los propietarios a quienes se les recomendó respetar estas aceras peatonales.

Entonces, al identificar estos problemas de interés social del vecino, mismos que podrían ser parte de la solución; la estrategia comunicacional se implementará para ayudar o coadyuvar estos temas de relevancia a través de la revista informativa que se expondrá al vecino de ese sector y público en general, con el objetivo de informar acerca de los trabajos que realiza la Subalcaldía del distrito 3, tanto en obras como en actividades que ejecuta esta entidad municipal.

La estrategia comunicacional que se realiza a través de una revista informativa, ayudará al vecino del distrito municipal - 3 a estar más informado acerca de los trabajos que realiza la institución pública, con el objetivo de que las personas tomen conciencia y conozcan que el mismo vecino es parte de la solución a estas problemáticas que día a día viven los barrios.

Si bien la población desconoce de los proyectos que el municipio está implementando, también existe las necesidades en las 108 urbanizaciones para mejorar la calidad de vida en su sector. De acuerdo a documentación recopilado de la Subalcaldía del Distrito Municipal - 3, este sector cuenta con 129.036 habitantes, datos que fueron obtenidos de esta entidad

municipal. El Distrito- 3 geográficamente se extiende hasta los límites del Municipio del oeste.

La autoridad edil del distrito 3, Ana María Crispín, afirmó que el distrito sería una de las primeras jurisdicciones más desarrolladas a comparación de las demás que existen en la ciudad de El Alto. Aseguró que hoy en día la pobreza habría disminuido en ese lugar. Así también explicó que las personas que viven en el distrito 3, están en un nivel social de clase media, porque ese sector fue mejorando con el transcurso de los años, y según la autoridad, actualmente todos los vecinos ya cuentan con todos los servicios básicos: alcantarillado, luz, agua, gas a domicilio entre otros.

El sostén económico de los vecinos de este sector se caracteriza por las microempresas y el comercio, realizando ferias de índole magnitud y ofreciendo diversos productos al consumidor.

Como antecedente se podría mencionar, en base a los datos obtenidos del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto (G.A.M.E.A) a:

- La Ubicación y cantidad de equipamientos en coordinación con la Subalcaldía Distrito Municipal – 3.
- La ubicación geográfica de las infraestructuras y espacios públicos que tienen gran importancia en la planificación y su efecto en el desarrollo social que refleja la calidad de vida de la población.

Como antecedentes, se obtuvo información de la distribución de Equipamiento del Distrito 3, donde se identifican un número aproximado de 513 equipamientos, las cuales están distribuidas de la siguiente forma:

TABLA 1. DISTRIBUCIÓN DE EQUIPAMIENTOS

EQUIPAMIENTOS GESTIÓN 2011 – 2015

Equipamiento de Educación	Equipamiento Cultural
— 49 Infraestructuras Educativas	— 4 Centros Artesanales
— 18 Centros Infantiles Municipales	— 5 Centros Culturales
Teniendo un total de 67 establecimientos educativos	— 3 Centros de Recursos Pedagógicos (CRP)
. Equipamiento de Salud	— 24 Iglesias Católicas
— 7 Establecimientos de salud	Equipamiento de Administración y Gestión
Los 7 establecimientos de salud conforman la Red de Salud Corea.	— 22 Estaciones Policiales
Equipamiento Recreativo	— 52 Sedes Sociales
— 164 Canchas	— 1 Subalcaldía de Distrito
— 42 Parques	— 3 Instituciones Públicas
— 83 Plazas	— 19 Mingitorios
Equipamiento de Comercio	— 2 Aukiutas
— 14 Mercados	

Fuente. Gobierno Autónomo Municipal de El Alto (G.A.M.E.A.-2019)

En el cuadro se muestra la distribución de equipamientos municipales en las temáticas de: salud, educación, recreativas, culturales, administración, gestión y comercio emplazadas en el Distrito Municipal 3, desde la gestión 2011 hasta la gestión 2015.

TABLA 2. DATOS GENERALES DE OBRAS

CUADRO GENERAL DE OBRAS 2015-2018 – ANTECEDENTES

GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE EL ALTO
GESTIÓN MUNICIPAL: ALCALDESA LIC. C. SOLEDAD CHAPETÓN TANCARA
SUBALCALDÍA DISTRITO MUNICIPAL D-3 GESTIÓN: SR. FÉLIX COPA MAMANI

DATOS GENERALES DE OBRAS 2015; 2016; 2017 y 2018

DETALLE	N°	PRESUPUESTO GESTION 2015	N°	PRESUPUESTO GESTION 2016	N°	PRESUPUESTO GESTION 2017	N°	PRESUPUESTO GESTION 2018	TOTAL PRESUPUESTO Y OBRAS PROGRAMADAS	
PLAZAS	12	1.024.304,24	15	3.124.304,24	13	1.838.557,12	12	1.918.726,39	52	7.905.891,99
PARQUES	10	1.721.068,79	15	2.025.068,79	11	2.116.979,80	4	801.381,30	40	6.664.498,68
CANCHAS	15	2.020.087,42	25	7.198.087,42	24	4.447.270,75	22	4.131.285,04	86	17.796.730,63
SEDES SOCIALES	25	2.012.779,28	20	4.026.779,28	12	3.518.275,82	14	2.330.106,46	71	11.887.940,84
MODULOS POL.	4	666.932,96	2	168.432,96	1	49.999,11	1	49998,09	8	995.363,12
CORDONES DE ACERA	9	696.383,52	1	113.038,95	3	460.667,76	2	122.483,63	15	1.392.573,86
ENLOSETADOS	94	16.100.652,83	69	12.369.868,88	57	11.191.416,12	33	3.918.368,00	253	43.580.305,83
ASFALTOS	0	0	2	495.236,00	4	407.430,96	2	348.663,93	8	1.251.330,89
OTROS EQUIPAMIENTOS	4	802.259,48	4	499.258,46	4	974.959,46	5	736.633,73	17	3.013.111,13
PROYECTOS DE EDUCACION	0	0	0	0	11	2.343.588,10	10	1.632.186,54	21	3.975.774,64

173	25.044.468,52	153	30.020.074,98	40	27.349.145,00	06	15.989.833,11
-----	---------------	-----	---------------	----	---------------	----	---------------

57	CERRADAS
33	CONCLUIDAS
14	EN EJECUCIÓN
2	FORTALECIMIENTO SAD-3
106	TOTAL

Fuente. Subalcaldía del distrito municipal 3 (G.A.M.E.A.-2019).

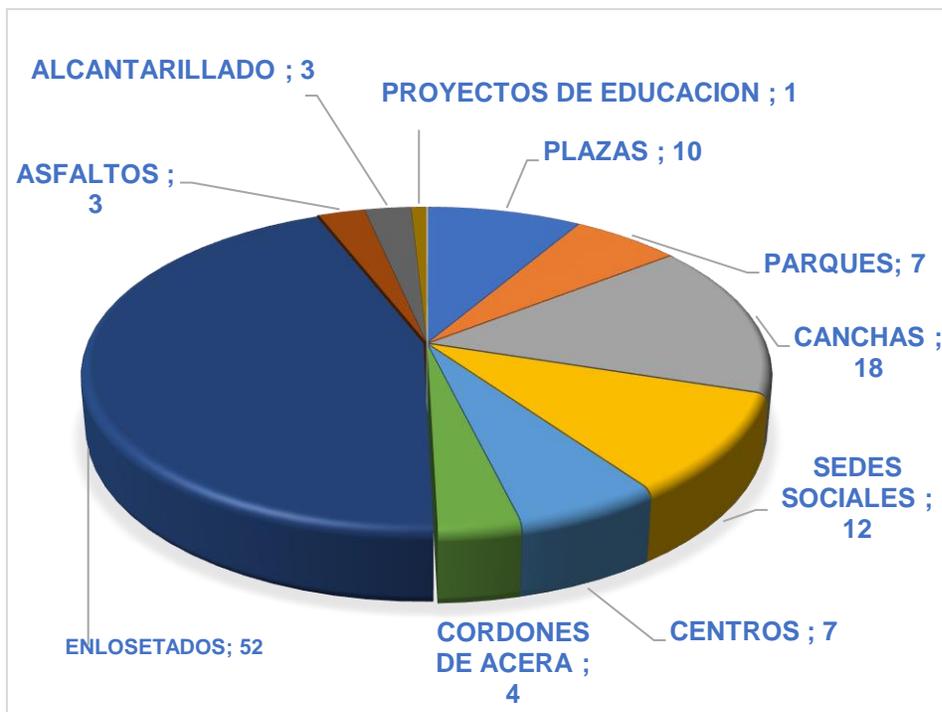
En este cuadro se observa la información que se obtuvo de la Subalcaldía Municipal del Distrito 3, sobre los proyectos realizados en las gestiones: 2015, 2016, 2017 y 2018.

A continuación, se muestra el siguiente gráfico respecto a la cantidad de obras que ejecuta la Subalcaldía del distrito 3 en el periodo del primer semestre de la gestión 2019:

GRÁFICO 1. DATOS DE OBRAS - ENERO A JUNIO 2019

GOBIERNO MUNICIPAL AUTÓNOMO DE EL ALTO
GESTIÓN MUNICIPAL: ALCALDESA LIC. C. SOLEDAD CHAPETÓN TANCARA
SUB ALCALDÍA DISTRITO MUNICIPAL D-3 GESTIÓN: SRA. ANA MARÍA CRISPÍN CHOQUE

DATOS GENERALES DE OBRAS DE ENERO A JUNIO 2019



Nº OBRAS	PRESUPUESTO GESTIÓN 2019 POR EJECUTAR
117	20.813.531,96

Fuente. Subalcaldía del distrito municipal 3 (G.A.M.E.A.- 2019).

En este gráfico se puede observar la información que se obtuvo de la Subalcaldía Municipal del Distrito 3, sobre la cantidad de proyectos que se realizó durante el primer semestre (enero-junio) de la gestión 2019. En el cuadro de datos generales muestra el presupuesto total de la

gestión 2019, que asciende a 20.813.531,96 bolivianos, donde en el primer semestre, se ejecutó 117 obras, entre enlosetados (52), cordones de acera (4), centros (7), sedes sociales (12), canchas (18), parques (7), plazas (10), proyecto de educación (1), alcantarillado (3) y asfaltos (3).

5.2. INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS DEL DIAGNÓSTICO INICIAL.

Antes de viabilizar las encuestas se efectivizó una previa aclaración acerca de los aspectos centrales que hace al trabajo de Grado, asimismo se procedió a explicar a los vecinos, el contenido del cuestionario para que respondan las preguntas.

Se llevó a cabo el diagnóstico en vecinos de la zona de Villa Adela del Distrito municipal 3 de la ciudad de El Alto, como una muestra del total de la población del distrito 3, tomando en cuenta características del interés vecinal sobre: conocimiento de información de las obras ejecutadas y las actividades realizadas por la Subalcaldía.

5.2.1. ENCUESTA - ANEXO 1

ANEXO 1

N.º Boleta: -----

ENCUESTA DIRIGIDA A VECINOS DE LA ZONA VILLA ADELA DEL DISTRITO MUNICIPAL 3.

La presente encuesta es anónima.

La siguiente encuesta es para conocer el grado de información de los vecinos de la zona de Villa Adela del Distrito 3, a cerca de los trabajos (obras) y actividades que realiza la Subalcaldía.

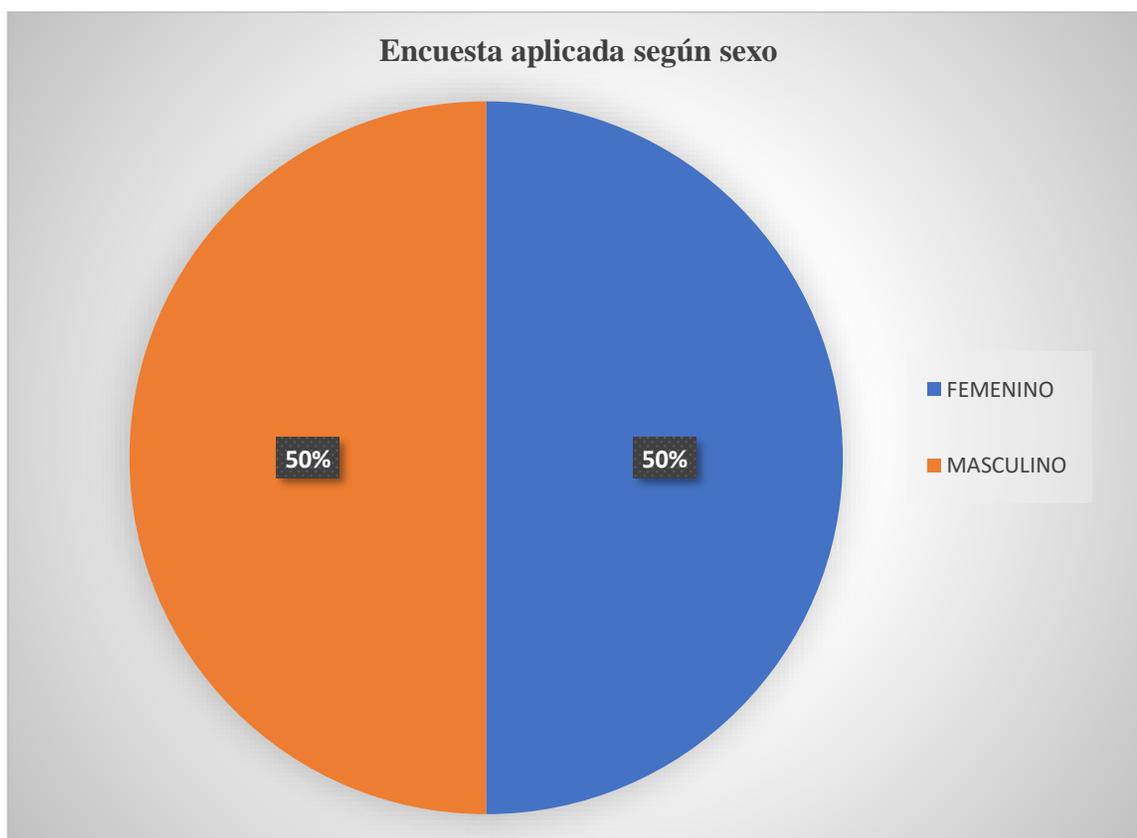
I.- Datos generales

- 1.- Nombre.....
- 2.- Edad:
- 3.- Sexo: a) Femenino () b) Masculino ()
- 4.- Grado de instrucción.....
- 5.- Zona.....
- 6.- Nivel socioeconómico:

- **DATOS GENERALES**

Resultado inicial de los cuestionarios que se hizo a los vecinos de la zona de Villa Adela en cuanto al nivel de información que tienen sobre las obras y actividades que ejecuta la Subalcaldía del distrito 3.

GRÁFICO 2. ENCUESTA SEGÚN SEXO

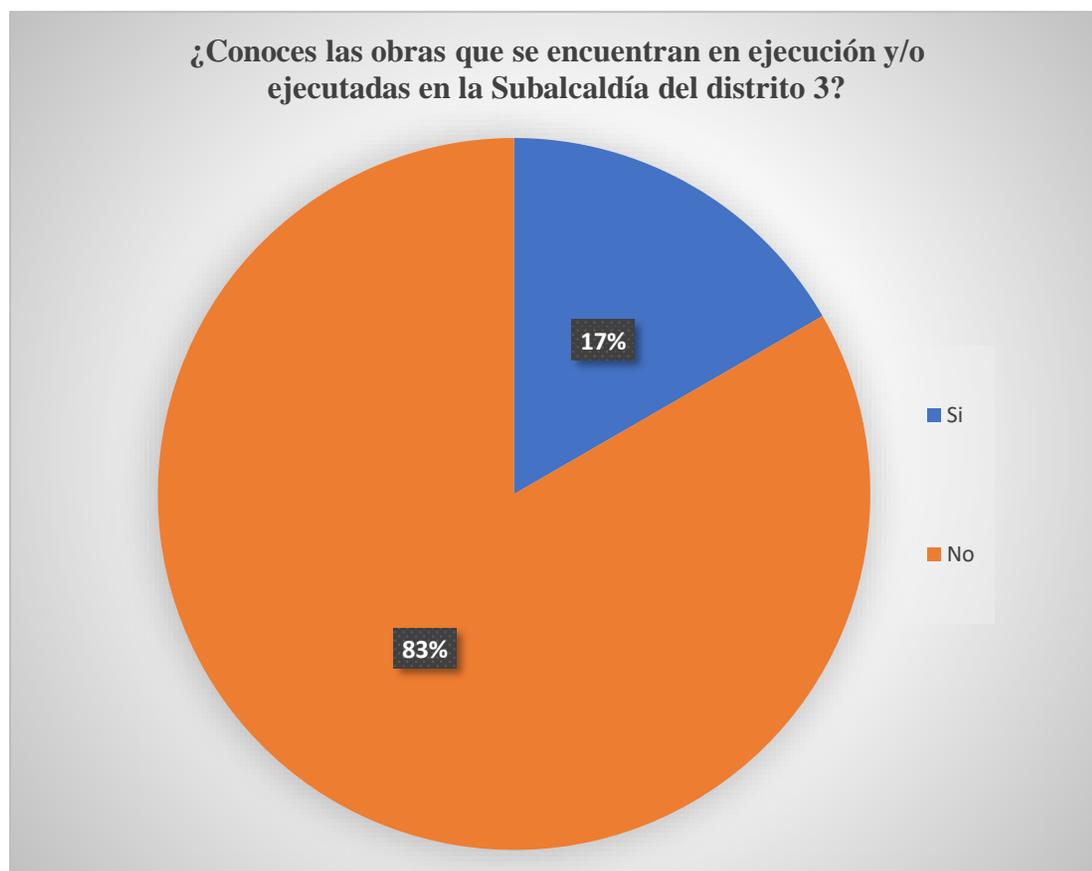


Fuente: Elaboración propia, 2019.

En este gráfico se muestra la cantidad de mujeres y hombres que fueron encuestados para una referencia informativa de acuerdo al sexo. Se encuestó a un 50% de mujeres e igual otros 50% de hombres en la Zona Villa Adela del distrito 3 de la ciudad de El Alto.

PREGUNTA No. 1

GRÁFICO 3. ¿CONOCES LAS OBRAS QUE SE ENCUENTRAN EN EJECUCIÓN Y/O EJECUTADAS EN LA SUBALCALDÍA DEL DISTRITO 3?

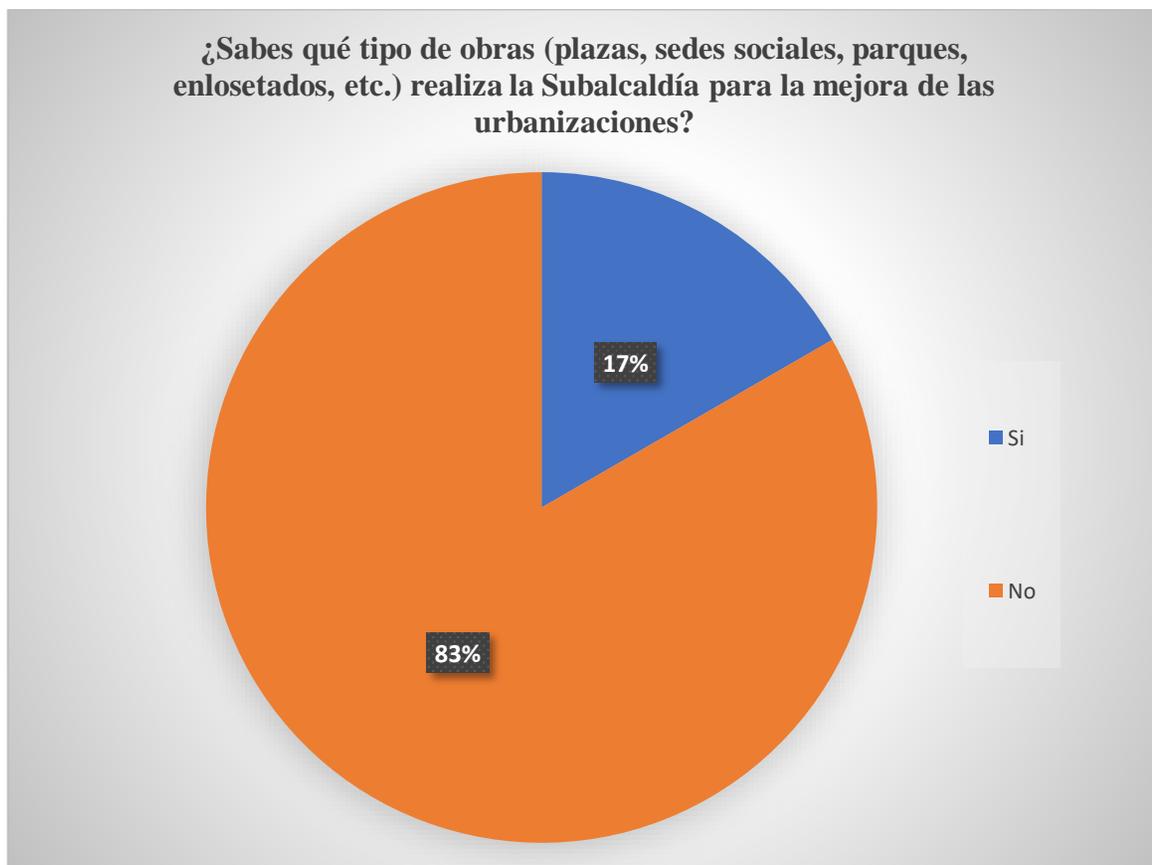


Fuente: Elaboración propia, 2019.

En este gráfico se evidencia que el 83% de los vecinos de la zona de Villa Adela, no conocen las obras o actividades que realiza la Subalcaldía del distrito 3, por lo que se supone que no cuentan con información; y sólo el 17% afirma lo contrario, haciendo referencia de algunas obras muy comunes que existe en el distrito.

PREGUNTA No. 2

GRÁFICO 4: ¿SABES QUÉ TIPO DE OBRAS (PLAZAS, SEDES SOCIALES, PARQUES, ENLOSETADOS, ETC.) REALIZA LA SUBALCALDÍA PARA LA MEJORA DE LAS URBANIZACIONES?

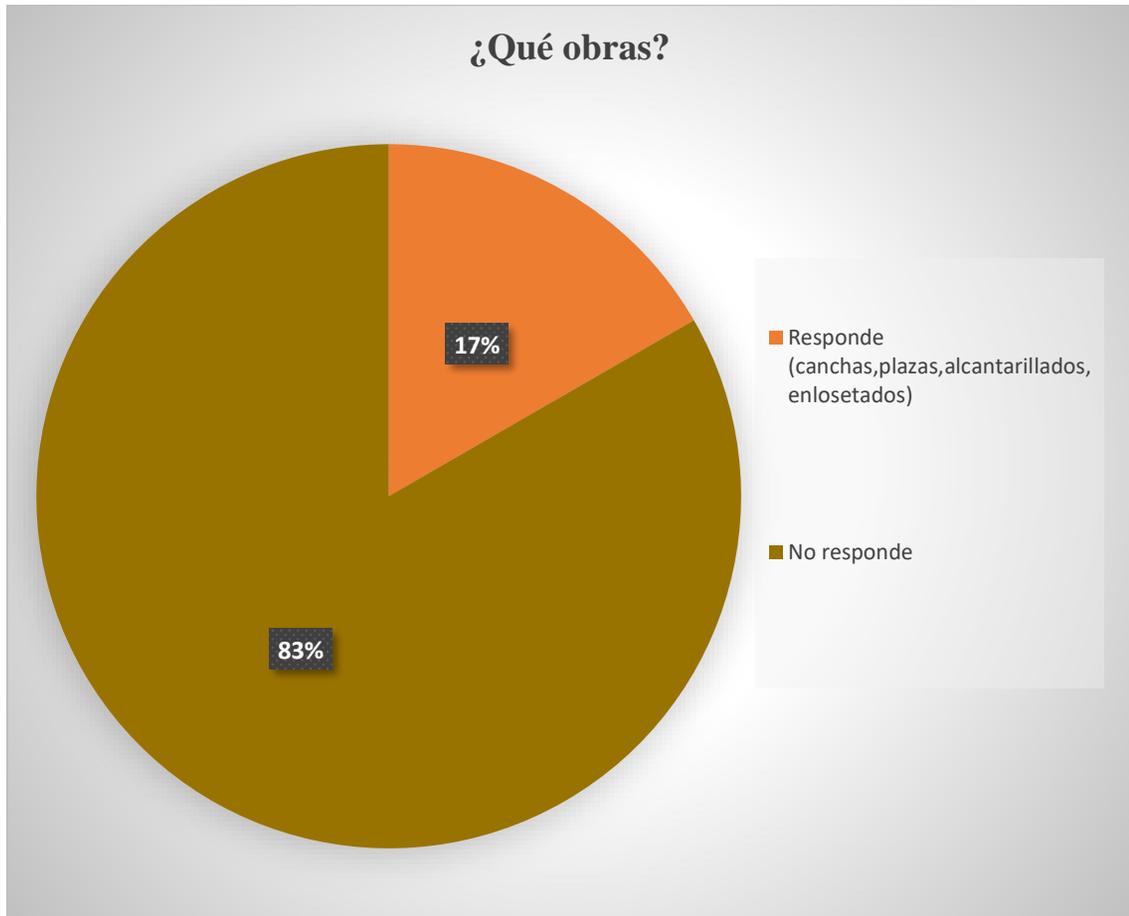


Fuente: Elaboración propia, 2019.

Los resultados de la pregunta corroboran que el 83% de los vecinos de la zona de Villa Adela, quienes fueron encuestados, no conocen las obras u actividades que realiza la Subalcaldía del distrito 3, por lo que la información es un derecho fundamental para el ciudadano, en tanto el 17% respondió que sí conocen las obras y actividades que realiza la Subalcaldía del distrito 3. Este dato resulta sumamente preocupante, porque apreciamos que la mayoría de los vecinos no cuentan con ese derecho y acceso a la información de la entidad pública municipal, situación que los hace inseguros a la hora de la toma de decisiones, porque al no estar informados podrían no saber por qué se organizan en el ámbito social.

PREGUNTA No. 3

GRÁFICO 5: ¿QUÉ OBRAS?

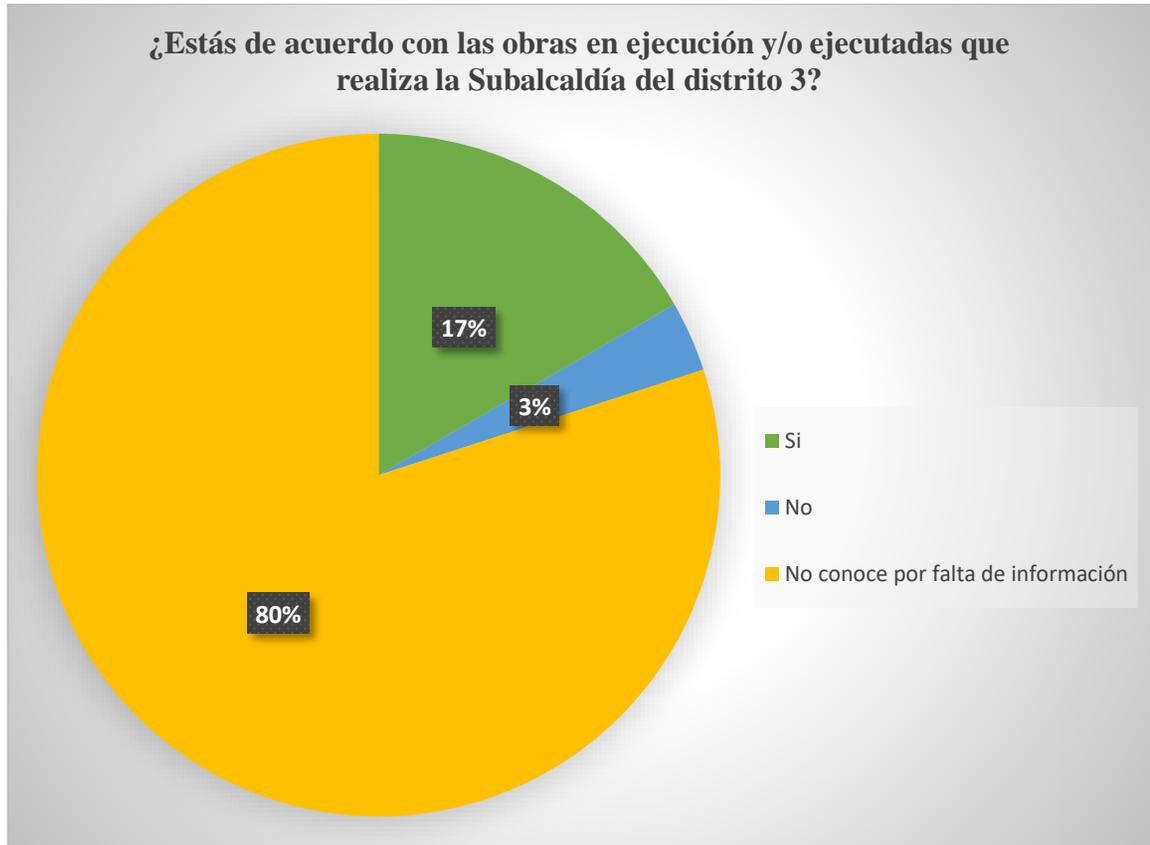


Fuente: Elaboración propia, 2019.

La mayoría no respondió a la pregunta en un 83%. Sin embargo, un porcentaje mínimo del 17% contestó y mencionó algunas obras que ellos conocen y que se hace en el distrito 3, como ser; canchas plazas, alcantarillados y enlosetados, lo cual resulta preocupante.

PREGUNTA No. 4

GRÁFICO 6: ¿ESTÁS DE ACUERDO CON LAS OBRAS EN EJECUCIÓN Y/O EJECUTADAS QUE REALIZA LA SUBALCALDÍA DEL DISTRITO 3?

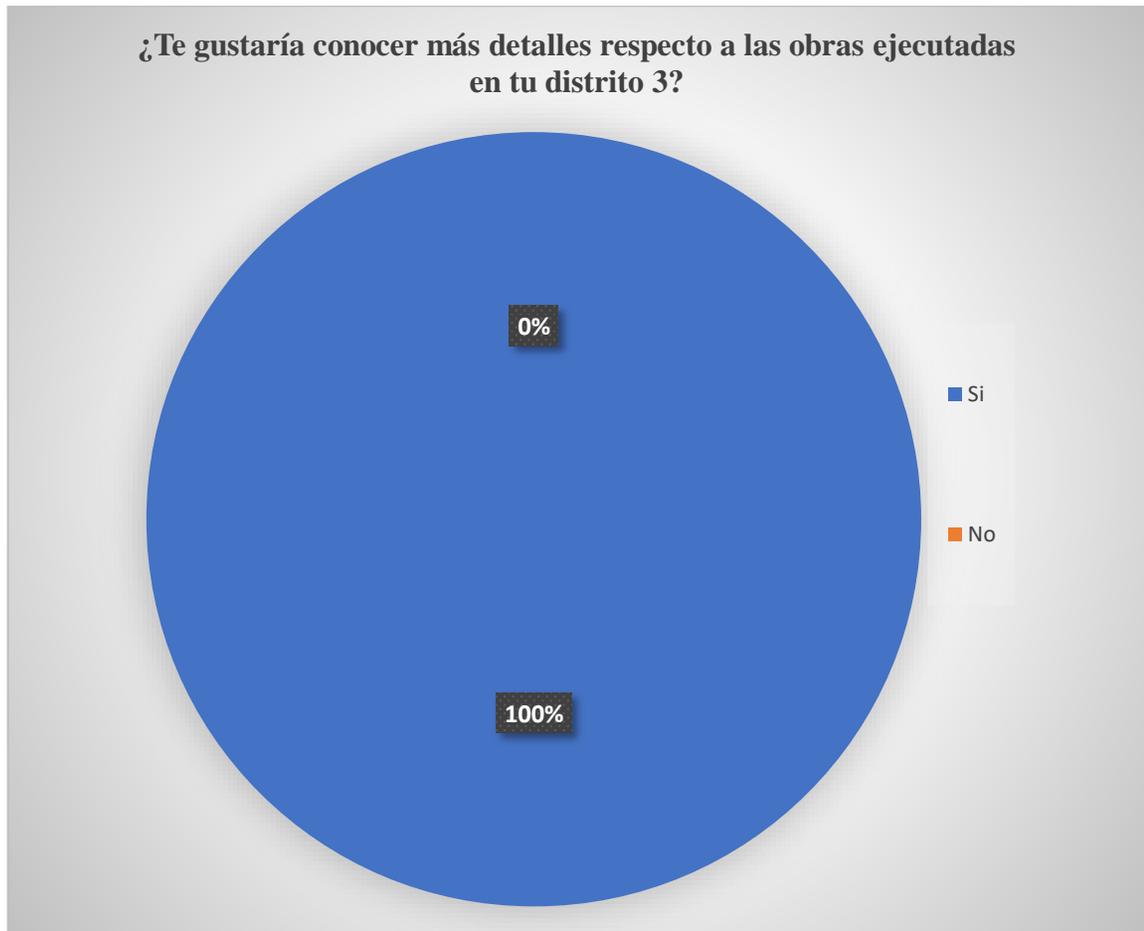


Fuente: Elaboración propia, 2019.

La gráfica muestra que el 80% de los encuestados no sabe si está de acuerdo o no con las obras y actividades que realiza la Subalcaldía del distrito municipal 3, por la falta de información que los mismos no tienen acceso. Así también, sólo un 17% considera importante la ejecución de las obras que ellos conocen, un dato que preocupa, ya que es mínima la información que llega a los vecinos y sólo el 3% expresa que no está de acuerdo con las obras que realiza la Subalcaldía del distrito 3, porque esperaban obras de gran magnitud para la ciudad de El Alto.

PREGUNTA No. 5

GRÁFICO 7: ¿TE GUSTARÍA CONOCER MÁS DETALLES RESPECTO A LAS OBRAS EJECUTADAS EN TU DISTRITO 3?

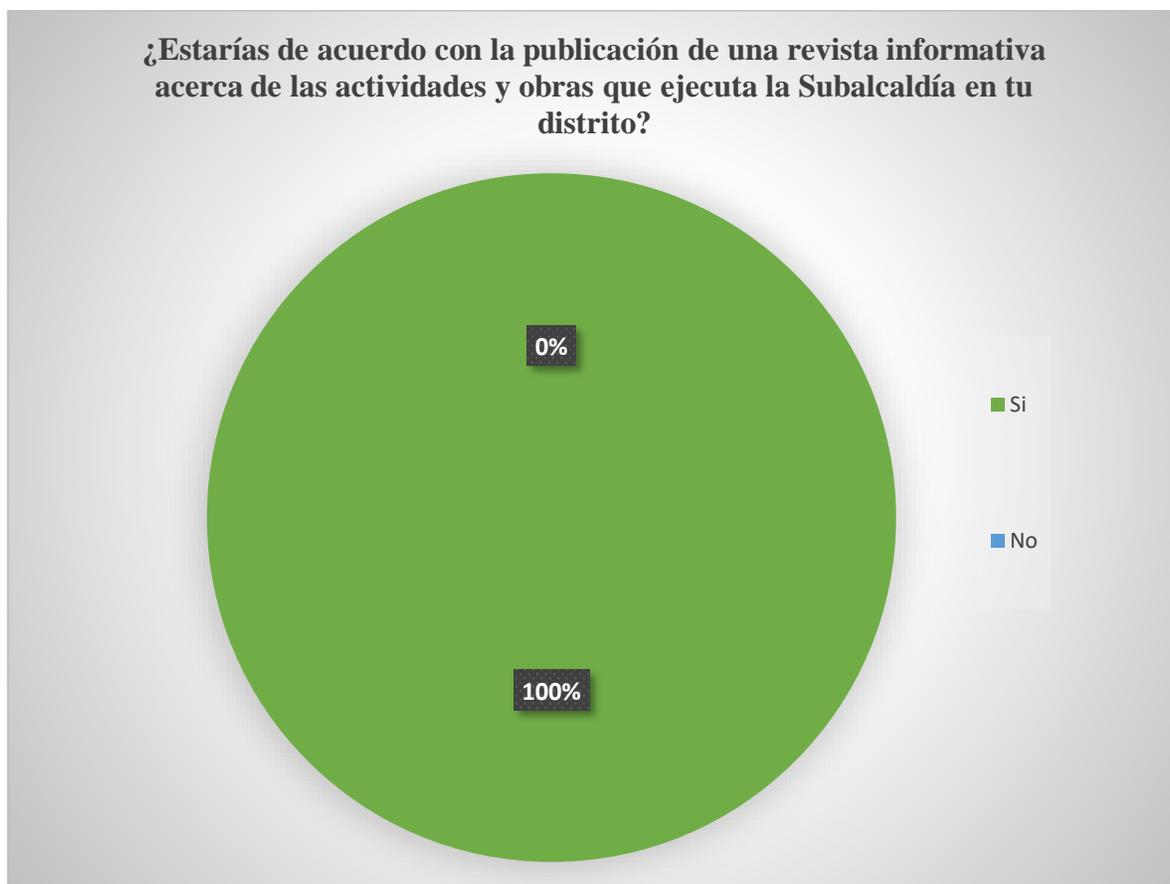


Fuente: Elaboración propia, 2019.

La percepción que tienen los vecinos con relación a estar más informados a cerca de las obras y actividades que realiza la entidad municipal en sus zonas es el 100%, porque indican que es de vital importancia el derecho a la información que ellos como ciudadanos deben tener para la toma de decisiones en el ámbito social ante cualquier organización o protesta.

PREGUNTA No. 6

GRÁFICO 8: ¿ESTARÍAS DE ACUERDO CON LA PUBLICACIÓN DE UNA REVISTA INFORMATIVA ACERCA DE LAS ACTIVIDADES Y OBRAS QUE EJECUTA LA SUBALCALDÍA EN TU DISTRITO?



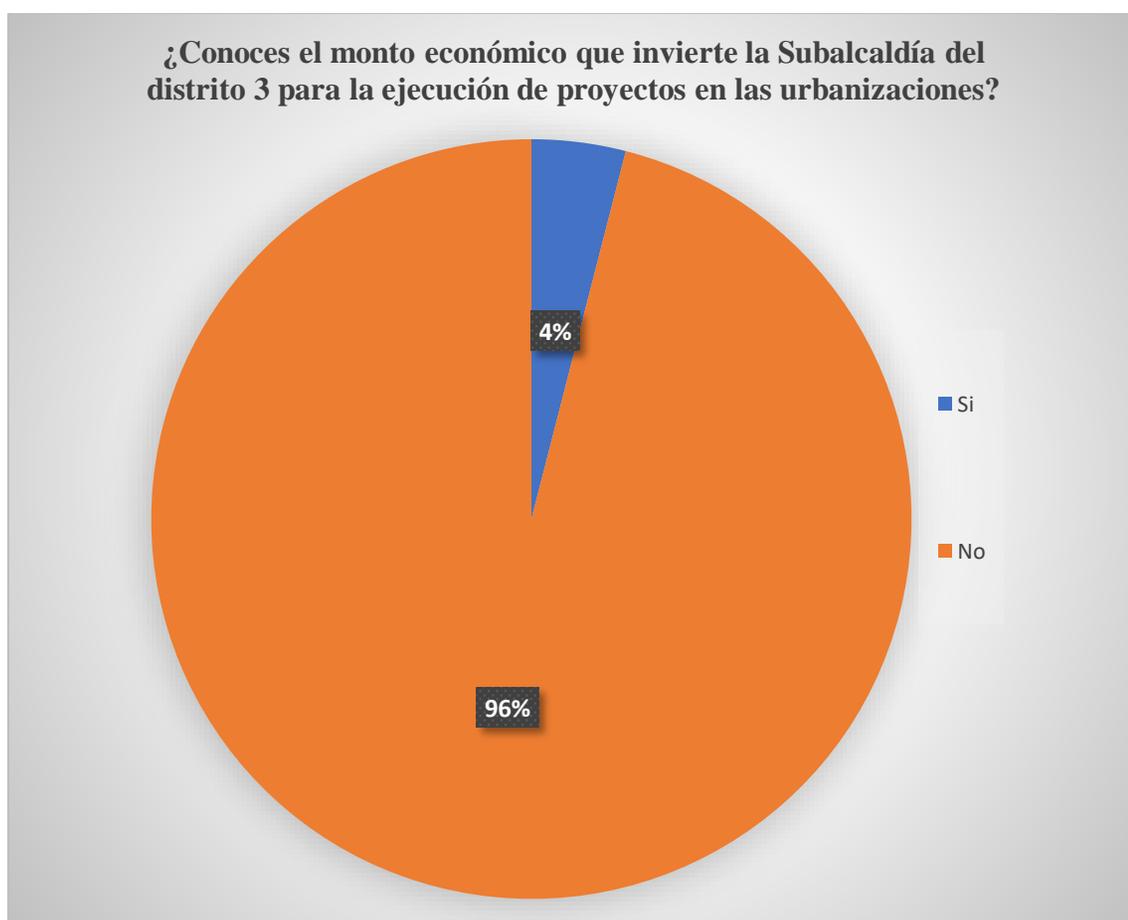
Fuente: Elaboración propia, 2019.

El 100% de los vecinos encuestados está de acuerdo en estar informados a través de una revista y conocer las actividades y obras que va realizando, hasta el momento, la Subalcaldía del distrito 3. Esto demuestra que los mismos tienen pleno interés en no solo conocer el trabajo de la entidad municipal, sino también, hacer cumplir, respetar y salvaguardar el presupuesto que le es asignado a cada zona, es decir, el Plan Operativo Anual (POA) que corresponde a cada una de las urbanizaciones. Es importante que los vecinos estén informados puesto que a través de los mismos podrán ejercer defensa de aquello que les

corresponde o cuando las exigencias así lo ameritan. Esta situación los haría menos propensos a la hora de la toma de decisiones.

PREGUNTA No. 7

GRÁFICO 9: ¿CONOCES EL MONTO ECONÓMICO QUE INVIERTE LA SUBALCALDÍA DEL DISTRITO 3 PARA LA EJECUCIÓN DE PROYECTOS EN LAS URBANIZACIONES?

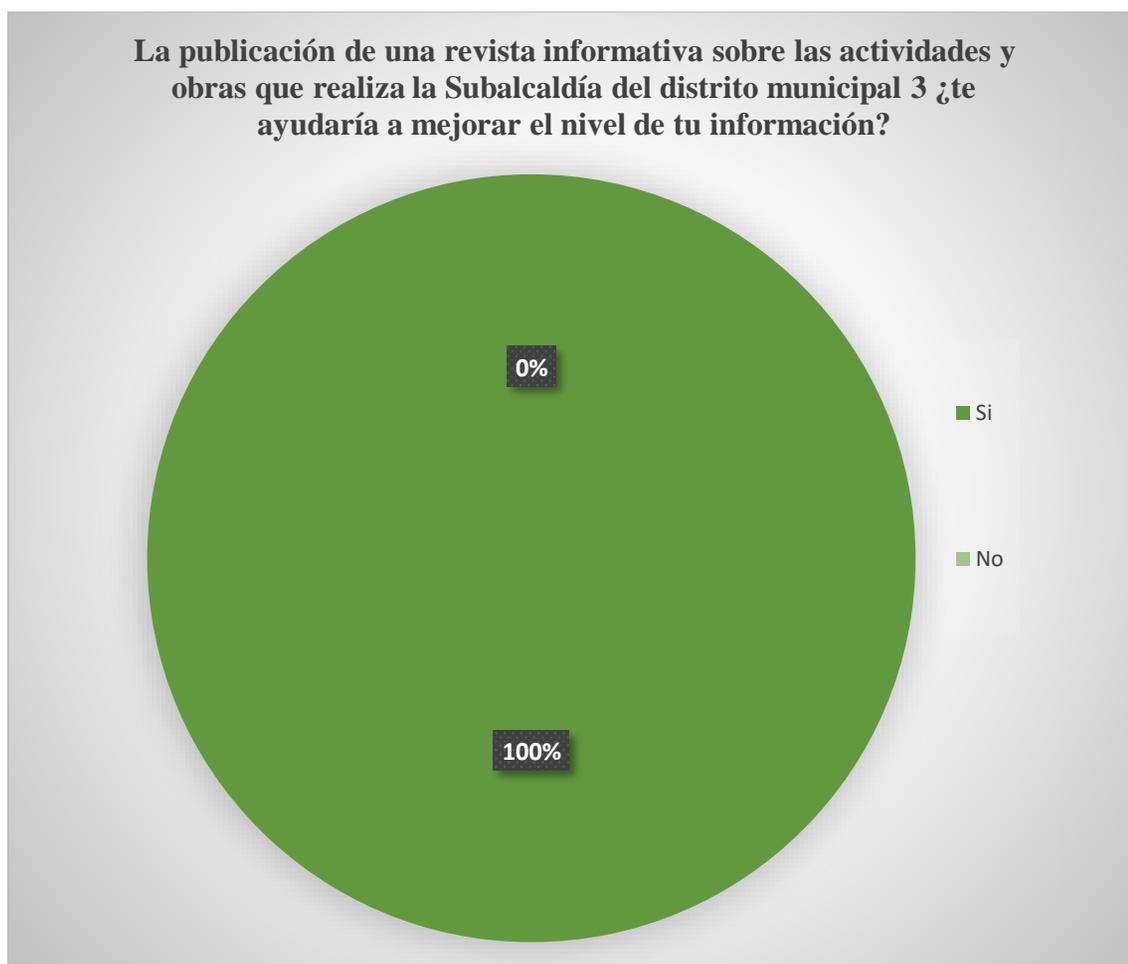


Fuente: Elaboración propia, 2019.

La gráfica muestra que el 96% de los encuestados desconoce el monto económico que invierte la Subalcaldía del distrito 3 para la ejecución de proyectos en las urbanizaciones, lo cual es vital para hacer seguimiento a la cantidad de obras que entrega la institución municipal, en tanto, sólo el 4% expresa que si conoce el presupuesto asignado a su zona lo cual es mínimo y alarmante.

PREGUNTA No. 8

GRÁFICO 10: LA PUBLICACIÓN DE UNA REVISTA INFORMATIVA SOBRE LAS ACTIVIDADES Y OBRAS QUE REALIZA LA SUBALCALDÍA DEL DISTRITO MUNICIPAL 3 ¿TE AYUDARÍA A MEJORAR EL NIVEL DE TU INFORMACIÓN?

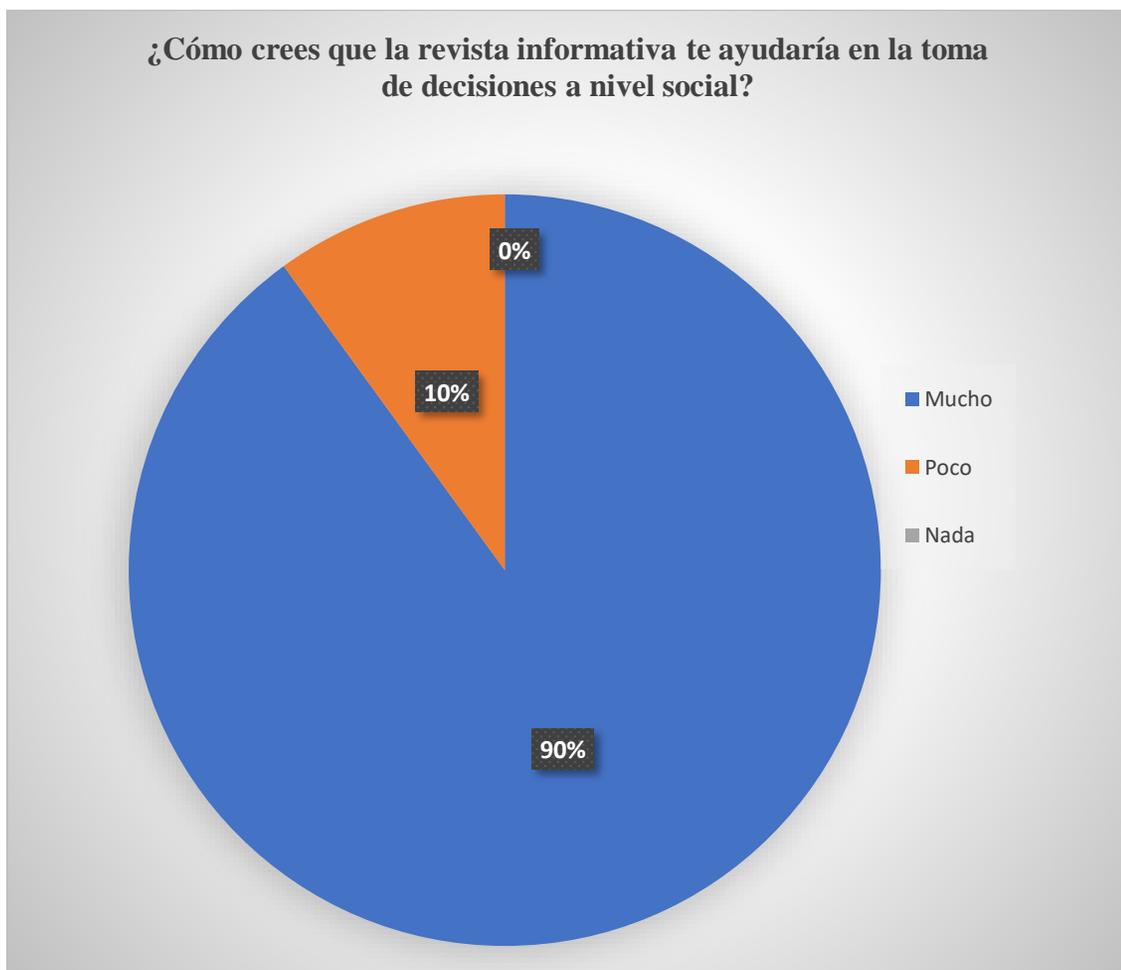


Fuente: Elaboración propia, 2019.

A la interrogante formulada a los encuestados, en un 100% afirman que la publicación de una revista informativa ayudaría de gran manera a mejorar el nivel de información que cada vecino tiene de sus zonas. Lo que llama la atención, es que los vecinos necesitan y quieren estar informados sobre el trabajo municipal que realiza la Subalcaldía a través de una revista informativa que esté a su alcance.

PREGUNTA No. 9

GRÁFICO 11: ¿CÓMO CREES QUE LA REVISTA INFORMATIVA TE AYUDARÍA EN LA TOMA DE DECISIONES A NIVEL SOCIAL?

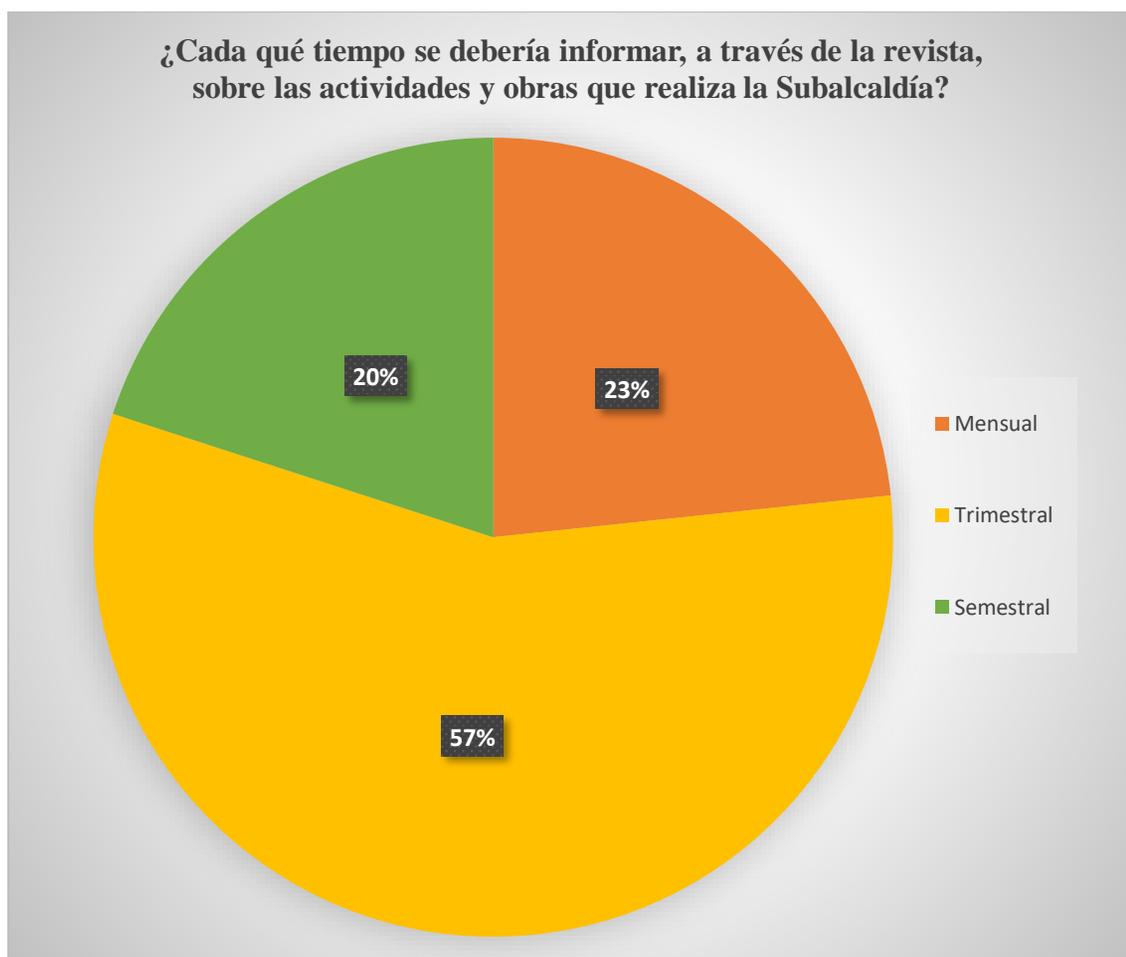


Fuente: Elaboración propia, 2019.

Del total de vecinos encuestados, el 90% indica que la revista informativa les ayudaría de mucho en la toma de decisiones a nivel social, mientras que el 10% señaló que la revista informativa sería de muy poca ayuda para una buena información y una buena decisión a nivel social y, por otro lado, nadie dijo lo contrario marcando un 0%. De acuerdo con la importancia de los resultados, muchos de los vecinos piden que se les informe sobre las obras y actividades que realiza la Subalcaldía del distrito 3. Los vecinos aseguran que la revista sería un buen medio de comunicación impresa y más accesible para el lector.

PREGUNTA No. 10

GRÁFICO 12: ¿CADA QUÉ TIEMPO SE DEBERÍA INFORMAR, A TRAVÉS DE LA REVISTA, SOBRE LAS ACTIVIDADES Y OBRAS QUE REALIZA LA SUBALCALDÍA?



Fuente: Elaboración propia, 2019.

Como se puede ver en el gráfico 10, el 52% de los vecinos piensan que la revista informativa debería publicarse trimestralmente para estar informados a cerca de las actividades y la ejecución de obras que realiza la Subalcaldía del distrito 3. El segundo lugar, figura con el 23%, quienes piensan que la revista informativa debería ser publicada de manera mensual para una mejor información, y por último un 20%, piensa que la revista informativa debería publicarse de manera semestral para una información completa.

5.2.2. ENTREVISTAS A AUTORIDADES MUNICIPALES Y DIRIGENTES VECINALES - ANEXO 2

- Entrevistas a Autoridades Municipales - Anexo 2

Universidad Mayor de San Andrés
Facultad de Ciencias Sociales
Carrera de Ciencias de la Comunicación Social

ENTREVISTA

Fecha: 10/Oct./2019.

TEMA: DISEÑO DE UNA REVISTA INFORMATIVA COMO ESTRATEGIA COMUNICACIONAL EN LA SUBALCALDÍA DEL DISTRITO MUNICIPAL 3 DE LA CIUDAD DE EL ALTO

Nombre del entrevistado: Ana María Crispín Choque.

Cargo del entrevistado. Subalcaldesa del distrito 3

Nombre de la institución: Subalcaldía del Distrito Municipal 3 del GAMEA

Objetivo: Conocer la justificación de salida de información y entrada de datos que tiene la Subalcaldía del Distrito 3 con los vecinos en la zona Villa Adela, acerca de las actividades y el tema de obras, con el propósito de desarrollar un sistema de información que brinde el apoyo y de una solución al tema seleccionado

PREGUNTAS:

1. Usted como autoridad ¿Considera que la población está informada respecto a las actividades y obras que la Subalcaldía ejecuta?
2. ¿Cómo considera la forma en que actualmente se maneja la información respecto al tema de actividades y obras municipales?
3. Según usted ¿Cuáles son las deficiencias que existen en la forma de manejar la información en las actividades y obras que realiza la Subalcaldía para bien de los vecinos?
4. ¿Cuáles son los diferentes procesos que se llevan a cabo, actualmente, para la aprobación y la puesta en marcha de los proyectos?
5. Como institución ¿En qué consiste la política comunicacional de la Subalcaldía?
6. ¿Cuál cree que es el medio más efectivo para informar a la comunidad vecinal?

7. **¿Cómo percibió hasta el momento la reacción vecinal ante las diferentes actividades viabilizadas y obras entregadas?**
8. **¿De qué manera ayudaría la publicación periódica de una revista informativa por parte de la Subalcaldía?**
9. **¿Cómo cree que ayudaría a la comunidad vecinal la publicación de una revista informativa respecto al tema de obras en el distrito 3?**

- **Entrevistas a Dirigentes Vecinales - Anexo 2**

Universidad Mayor de San Andrés
Facultad de Ciencias Sociales
Carrera de Ciencias de la Comunicación Social

ENTREVISTA

Fecha: 11/Oct./2019.

TEMA: DISEÑO DE UNA REVISTA INFORMATIVA COMO ESTRATEGIA COMUNICACIONAL EN LA SUBALCALDÍA DEL DISTRITO MUNICIPAL 3 DE LA CIUDAD DE EL ALTO

Nombre del entrevistado: Eloy Hidalgo Mariaca

Cargo del entrevistado. Presidente de la urbanización Villa Adela

Nombre de la institución: Distrito municipal 3

Objetivo: conocer la justificación de salida de información y entrada de datos que tienen las autoridades de la comunidad vecinal en la zona de Villa Adela del Distrito 3, acerca de las actividades y obras que realiza la Subalcaldía del distrito municipal 3, con el propósito de desarrollar un sistema de información que brinde el apoyo y de una solución al tema seleccionado.

PREGUNTAS:

1. **Cómo autoridad vecinal, usted ¿Cree que la Subalcaldía del distrito 3 informa de manera eficiente a los vecinos en relación al tema de sus actividades y obras que realizan?**
2. **¿Cree que los vecinos conocen las actividades y obras que entrega la Subalcaldía del distrito 3?**
3. **¿Cuáles son las deficiencias que tiene la Subalcaldía del distrito 3 en el manejo de información respecto a la temática de sus actividades y obras?**

4. ¿Qué recomendaría mejorar a la Subalcaldía del distrito 3 en materia de información respecto a las actividades y obras que viabiliza?
5. Como presidente de zona ¿Cómo informa a los vecinos respecto a las principales actividades y las obras realizadas por la Subalcaldía?
6. ¿Cómo califica la participación e interés del vecino respecto a las actividades y obras?
7. Si tendría la oportunidad de mejorar la calidad de información para los vecinos ¿Cómo lo haría? ¿Qué sugeriría?
8. Como presidente de zona ¿Cómo considera la publicación de una revista informativa periódica en el tema de actividades y obras para los vecinos?

CUADRO 6. ENTREVISTAS AUTORIDADES SUBALCALDÍA D-3

OBRAS Y ACTIVIDADES MUNICIPALES

N.º	PREGUNTAS	<p>ENTREVISTADO 1- Lic. Ana María Crispín Choque CARGO: Subalcaldesa del distrito 3 Fecha: 10/Oct./2019.</p> 	<p>ENTREVISTADO 2- Arq. Edmundo Vargas Encinas. CARGO: Fiscal de obras Fecha: 14/Oct./2019.</p> 

1	<p>Usted como autoridad ¿Considera que la población está informada respecto a las actividades y obras que la Subalcaldía ejecuta?</p>	<p>El distrito 3 tiene más de 140.000 habitantes y es una gran cantidad, ya que es el tercer distrito municipal con mayor cantidad de población y es ahí en el que la información y, sobre todo, todas las actividades que se genera dentro del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto y así la Subalcaldía no llega a cada rincón del distrito municipal 3. Hemos podido detallar que muchas de las obras que se han ejecutado, los presidentes hoy por hoy no tienen conocimiento más allá de que sus obras se estén implementando en su misma urbanización, es decir, como la urbanización cosmos 79, desconocen qué proyectos está llegando a la urbanización zona tex, es ahí donde, imagínese si los presidentes desconocen que no llegue la información de implementación de proyectos u actividades es mucho peor con la población en sí. Nos hemos podido dar cuenta de que la población no está bien informada.</p>	<p>Cada obra que ejecuta la Subalcaldía es una inquietud que tienen los mismos vecinos a través de su presidente ya que ellos deciden a través de una asamblea, qué proyectos se va ejecutar durante la gestión y es juntamente con ellos el cual hacemos la entrega de estas obras.</p>
2	<p>¿Cómo considera la forma en que actualmente se maneja la información respecto al tema de actividades y obras municipales?</p>	<p>Debemos mejorar la estrategia comunicacional, en el cómo se debe llegar, tenemos que generar interés en la población, generar algunas herramientas que causen expectativa para que, a la población, al ciudadano pueda llamarle la atención y pueda atraerle el tipo de noticia que estamos dando a conocer. Es muy importante el tema de marketing para que se pueda diluir esta información y podamos nosotros llegar a cada uno de los ciudadanos. La información que llega a la población no es eficiente, si tenemos el distrito 3, me ha tocado estar acá, he podido darme cuenta que muchos de los presidentes no están al tanto de toda la información y todas las actividades que estamos llevando a cabo,</p>	<p>Si bien nosotros como municipio hacemos encuentros zonales como hemos tenido la anterior semana, ahí es donde nosotros damos toda la información, ahora que llegue esto a los vecinos también nosotros vamos a ampliados por Sub-distritos, el distrito 3 se maneja por sub-distritos, la Subalcaldesa, entonces, en este caso la Lic. Ana María Crispín juntamente con el jefe de infraestructura hemos bajado a estos ampliados para informar cuanto de presupuesto tienen, cuáles son las obras que se están encarando este año y cuáles son las obras que se pueden encarar el próximo año, se maneja de esa manera el tipo de información que se tiene.</p>

		<p>porque no manejan redes sociales, porque no están en casa y están trabajando, porque no escuchan la radio, si bien lee el periódico que es el medio que podríamos ver que tiene mayor fluidez en este ámbito, no lo compran todos. Sin embargo, se debe destacar de que la dirección de comunicación está realizando sus máximos esfuerzos, pero nos falta la estrategia, el cómo llegar a la población.</p>	
3	<p>Según usted ¿Cuáles son las deficiencias que existen en la forma de manejar la información en las actividades y obras que realiza la Subalcaldía para bien de los vecinos?</p>	<p>Informar es diferente al llegar a la población, el cómo transmites la noticia genera interés o no de la población y es ahí donde estamos cometiendo errores, me parece que la información que genera la Dirección de Comunicación (DICOM), prácticamente es noticia, no hay una estrategia comunicacional, no genera espacios abiertos, espacios de pregunta, no genera marketing, no utiliza temáticas, no genera estrategias comunicacionales en tema de marketing, y esa es la debilidad que tenemos.</p>	<p>Es llegar más al vecino, o sea si bien nosotros hacemos esos encuentros vecinales, hacemos esos trabajos directamente con los presidentes de zona o los co-dirigentes, tal vez tenemos una pequeña deficiencia de no llegar al vecino mismo que solamente lo vemos una vez o dos veces al año cuando hacemos las entregas de la obra, entonces talvez si pudiéramos participar de las reuniones que ellos tienen ya sea cada mes o cada dos meses a objeto de que el municipio pueda hacer saber el tema de información de cómo estamos manejando. Creo que nuestra mayor debilidad es el tema de la publicidad. La Alcaldía de La Paz gasta mucho dinero en el tema de publicidad y lo mismo el gobierno y a nosotros nos tildan de que no hay obras, pero sin embargo todas las semanas estamos entregando las obras. Pienso que el tema de publicidad juega un buen papel en estos días.</p>
4	<p>¿Cuáles son los diferentes procesos que se llevan a cabo, actualmente, para la aprobación y la</p>	<p>El tema administrativo para llevar a cabo un proyecto es muy importante, tiene que seguir un curso, un proceso administrativo basado en la ley 1178 y la 181, que es la normativa con la que nos regimos para el buen manejo y la ejecución del presupuesto que</p>	<p>Un proyecto nace en una asamblea, es ahí donde se decide qué obra se va a ejecutar. Cada zona conoce cuánto de poa tiene, es más la Alcaldía de El Alto, les da un adicional más, entonces esto hace de que los mismos vecinos a la cabeza de su</p>

	<p>puesta en marcha de los proyectos?</p>	<p>tenemos dentro de lo que es el municipio, el POA, y podemos ejecutar de la mejor manera y sobre todo de manera transparente y libre de corrupción para que podamos nosotros implementar los proyectos.</p>	<p>presidente de zona prioricen qué obras van hacer, ellos nos hacen llegar una solicitud, eso pasa a la unidad de proyectos, para que el mismo pueda elaborarlo donde cada presidente de zona tiene que cumplir un cierto requisito en base al tipo de proyecto que se tiene, si es una cancha de futbol hay una ley del deporte que ahí está enmarcado diferentes requisitos que tienen que cumplir, si es un proyecto vial o mejoramiento de un enlosetado, ahí entra otro tipo de requisitos; podría ser una mención que tiene que ver una liberación de EPSAS por ejemplo, tiene que ver un trazo vial aprobado y así sucesivamente, cada proyecto tiene una característica propia donde cada vecino tiene que cumplir, eso pasa en la unidad de proyectos. Proyectos elabora el mismo y se lanza una convocatoria, ahí las empresas que están predispuestas se presentan a la convocatoria y la que mejor propuesta tiene se adjudica para que nosotros como área ejecutora lo podamos realizar, son los pasos que se sigue para la ejecución de estos proyectos.</p>
<p>5</p>	<p>Cómo institución ¿En qué consiste la política comunicacional de la Subalcaldía?</p>	<p>He podido llegar a una Subalcaldía donde la comunicación era nula, el único intermediario que generaba noticias era DICOM, por el tema de implementación y entrega de obras, sin embargo hemos podido implementar en el transcurso de estos meses diferentes herramientas que nos pueden ayudar como es el watsap y el Facebook que son redes sociales que te ayuda a llegar hasta el sector que lo maneja, el watsap ha sido una</p>	<p>La Subalcaldía del distrito 3 no tiene un área específica de comunicación, esa es una deficiencia que tiene y no solamente la Subalcaldía del distrito 3, sino todas las Subalcaldías, sin embargo contamos con la dirección de comunicación (DICOM), en la cual, cuando tenemos cualquier actividad, ya sea de entrega provisional o definitiva o alguna actividad de un encuentro vecinal, nosotros hacemos la participación al área</p>

		<p>herramienta muy útil ya que todo el tiempo los presidentes en su mayoría maneja un celular ya inteligente y eso nos genera de que ellos ya puedan estar al tanto de la noticia. Este medio ayuda a que, a partir de DICOM, la noticia que se genera pueda llegar. Hemos contratado a un técnico que se encargaba de realizar imágenes en el momento de la información que se tiene, muchas veces para que tengamos la participación de la población en diferente actividad, hemos generado una antesala de la información y esto hace que genere interés de la población para que pueda asistir a esta entrega de obra. Sabemos que también existe algunas personas, algunos ciudadanos que no están al tanto con la tecnología y es en ese sector que nos falta. Algunos presidentes han generado grupos de watsap en temas de seguridad ciudadana o en temas de alguna problemática que se tenga para convocar a reuniones y ellos copian la noticia. Entonces depende mucho la cadena que se realice en el ámbito de la noticia hacia la población desde el GAMEA o desde otro punto estratégico.</p>	<p>de prensa para que sean partícipes de la actividad pero no siempre están todo el tiempo, entonces sería bueno que como institución se pueda priorizar esta área de prensa para que puedan difundir cualquier actividad que presente la Subalcaldía de manera constante, por decir hoy está programado un operativo, el área de transporte va y hace el trabajo pero no se ve, hace una semana atrás hemos plantado más 250 árboles en la avenida Rio Seke que está muy próximo a lo que es el Jach'a Ut'a y eso tampoco lo han dicho, o sea no hay esa cobertura respectiva, entonces esa es una inquietud que ha tenido la Lic. Crispín pero se ha llevado adelante ese proyecto, entonces el tema de publicidad sería muy importante que este día a día, porque día a día es lo que nosotros trabajamos para nuestra ciudad. Un área de prensa porque no solamente los viernes o los martes hacemos entregas d obras, hay aniversarios de zona donde estamos llevando un proyecto, donde estamos llevando diferentes presentes a las zonas, es tan dinámico, un día puede suceder algo y otro día otra cosa, entonces es bien dinámica nuestra ciudad.</p>
6	<p>¿Cuál cree que es el medio más efectivo para informar a la comunidad vecinal?</p>	<p>Hemos utilizado el Facebook y el watsap y podido palpar que entre los dos el watsap me ayudó bastante y en el tema de una revista comunicacional mensual en cuanto a las tareas que se realiza por distrito me parecería una buena estrategia.</p>	<p>El llegar de tú a tú, la alcaldía o la institución pública o funcionarios públicos es que este en el día a día con las personas, nosotros como are ejecutora de los proyectos tanto la supervisión como la fiscalización tratamos de llegar al vecino de a pie, cuando hacemos la entrega, obviamente tenemos un plazo contractual, cuando empezamos una obra hay un plazo</p>

			de 3 días, mínimamente nosotros estamos 20 días en la obra, la supervisión esta constante, en constante contacto con el vecino eso por ejemplo tampoco se dice , simplemente uno esta para el inicio y esta para la entrega, durante todo el proceso que haya, de la ejecución de la obra pasa muchas cosas es bueno que algunas autoridades lo conozcan, esta es una deficiencia, tratamos de cumplir estar día a día con el vecino.
7	¿Cómo percibió hasta el momento la reacción vecinal ante las diferentes actividades viabilizadas y obras entregadas?	En la gestión 2015, 2016, 2017 y 2018 se ha generado un sin fin de actividades, un sin fin de proyectos, en cada uno de las urbanizaciones de las 108 urbanizaciones, se ha respetado su poa y su adicional, eso quiere decir que en estas cuatro últimas gestiones se ha generado hasta 4 proyectos hasta más, si es que lo hubieran dividido su presupuesto, sin embargo se desconoce qué proyectos se han realizado en cada urbanización, si el presidente se ha cambiado desconoce qué proyecto se ha hecho el 2015, entonces no hay una continuidad de la información, no conocían qué proyectos tenían las otras urbanizaciones, desconocían, y al llegar y hacer conocer esta información, generar estos grupos, los presidentes ya estaban al tanto de qué actividades se estaban realizando por ejemplo en atención de alumbrado público, atención de maquinaria pesada, atención en cuanto a los servicios de desarrollo humano que desarrolla desde la central, entonces ellos ya han podido estar al tanto de todas las actividades por este medio y algunos lo han debido replicar porque hemos tenido un incremento en el porcentaje	Cada zona es dinámica, zona a zona varia la tipología de habitantes que hay, por ejemplo en Villa Adela donde casi ya tienen el 100 por ciento de los servicios una obra que llega no es de mucho impacto a no ser que sea por encima del millón o 2 millones de bolivianos entonces ahí se ve esa participación masiva vecinal, al otro lado encontramos zonas donde tienen un POA de 25 mil, 30 mil bolivianos donde si bien nosotros llegamos con una obra el acojo es mucho mayor , entonces reciben de mucha mejor manera nuestros proyectos, entonces hay dinámicas, depende como uno trate de llegar a los vecinos, vemos que los proyectos van en función al tipo de presupuesto que tiene y el presupuesto va relacionado por la cantidad de habitantes que tiene cada zona, por decirle nuevamente, Villa Adela debe tener un POA de 600 mil bolivianos anual, y la zona de San José de Yunguyo tiene apenas 70 mil bolivianos entonces ahí está, esa diferencia entre elaborar un proyecto grande en Villa Adela y en San José de

	<p>de participación de la ciudadanía. El distrito 3 se ha llegado a caracterizar entre uno de los que más ha participado en el concurso de danzas, entonces eso quiere decir que hemos llegado bien porque los directores han transmitido y han participado unidades educativas, han participado jóvenes entonces hemos tenido una buena participación y esto porque les ha llegado la información a tiempo y hoy tenemos un concurso de robótica, tenemos como las ferias educativas en el que se ha podido realizar y hemos podido participar. Hubo buena participación de cada unidad educativa en el ámbito de robótica y con este concurso va coadyuvar a que podamos nosotros fortalecer esas capacidades de estudiantes que se encuentren en el ámbito y sobre todo que el distrito 3 pueda fortalecerse en el ámbito de la robótica. En el distrito 3 tenemos 170 proyectos los cuales están siendo implementados, estamos con una ejecución del 46. 4 por ciento de ejecución física y 40 por ciento de ejecución financiera, cabe recalcar de que estamos ya cerrando planillas y muy pronto vamos a estar sobrepasando más del 50 por ciento de ejecución y estamos a la espera de que se puedan activar el resto de proyectos que tenemos. Hemos realizado actividades nuevas en el ámbito de cultura, hemos generado un concurso de danza folclórica, se ha generado el concurso de bandas, el cual se ha llevado en el estadio cosmos en el cual han participado unidades educativas donde tenían una gran fuerza una gran capacidad en este tema de la música y hemos podido notar de que esas actividades fortalecen a todos lo que son de la unidad</p>	<p>Yunguyo; eso tratamos de equilibrar de alguna manera.</p>
--	--	--

		<p>educativa, los estudiantes, a los profesionales que se dedican en este ámbito. Hemos generado también el tema de la basura hemos podido trabajar con las compañeras que recogen la basura para poder generar conciencia en el ciudadano, hemos generado actividades como las ferias, tratando de empujar para que muchas de estas ferias se lleven en el distrito 3. Generalmente estas actividades son concentradas en el distrito 1 por los diferentes centros como el prado alteño, la ceja y otros y esto genera de que las actividades se vayan ahí, pero hemos podido ver de que el distrito 3 también tiene esa capacidad acoger muchas actividades, muchas instituciones, y hoy por hoy hemos tenido muchas ferias que se han realizado en la plaza de la Cruz, hemos podido traer por primera vez el desfile cívico del 6 de agosto en el distrito 3, lo cual ha generado mucho movimiento en mantenimiento, remozado de áreas verdes y esto genera una gran expectativa en el distrito municipal 3. Las obras se han respetado con cada uno de los POA, el problema que tenemos con los POA, es que al ser montos pequeños nosotros tenemos que implementar proyectos a solicitud de los vecinos. Muchos dicen; queremos obras grandes, pero las obras grandes llegan con presupuesto mayor y estas son consideradas de igual manera en coordinación con las organizaciones sociales y entre las jacha's del distrito tenemos la avenida 6 de junio que está ya para ejecución, vamos a tener la ejecución de la plaza caluyo con una inversión de los 2 millones es una plaza que va a mejorar la imagen de la zona, así también</p>	
--	--	--	--

		tenemos la entrega del proyecto a diseño final del estadio Cosmos.	
8	¿De qué manera ayudaría la publicación periódica de una revista informativa por parte de la Subalcaldía?	<p>El hacer una revista informativa por distrito ayuda a que uno pueda conocer su distrito, de que pueda empoderarse dónde vive y qué es lo que tiene. Desconocemos muchos de qué obras se están implementando en el distrito que no vivo, más aún desconocemos en que urbanizaciones se está implementando los proyectos. Una revista informativa ayudaría de gran manera para que todos los vecinos puedan ver cuáles son los proyectos y actividades que se está realizando el GAMEA en bien del municipio y eso generaría más allá de apoyo a la gestión, genera la satisfacción del vecino en el hecho de que se está cumpliendo con las obras.</p>	<p>En gran medida, como le decía, nosotros tenemos ese déficit de llegar al vecino. Al vecino se lo convence mirando y a veces ellos necesitan este tipo de información, la cantidad de personal que cuenta la Sub alcaldía no es lo suficiente, si bien nosotros contamos con 5 supervisores y a la vez tenemos 108 zonas, cada supervisor abarca unas 25 zonas, entre 20 a 25, entonces es muy poco probable que el supervisor llegue específicamente al vecino.</p> <p>En algunas ocasiones la dirección de prensa ha llegado con algún tipo de folleto , donde ha sido bien atraído por los vecinos, se les ha obsequiado en calidad gratuita, y ellos han podido informar de no solamente de las actividades que cumple el distrito 3, sino todas las actividades que lleva el municipio de el alto, porque si bien hacemos una obra en cierto sector puede beneficiarle d alguna manera a cualquier vecino, principalmente se van a las zonas más próximas por la Ceja, las rutas donde van y hacen conexión con la ciudad, entonces ahí es la deficiencia y si existiera un medio de publicidad m{as directo al vecino eso nos ayuda de gran manera a difundir todas las obras y todo el trabajo que hacemos.</p>
9	¿Cómo cree que ayudaría a la comunidad vecinal la	<p>Se escucha en pasillos que la Alcaldesa, no está realizando obras, en el distrito 3 tenemos una inversión más de 125 millones de bolivianos desde la gestión 2015 hasta la</p>	<p>Nos ayudaría en gran manera para que se difundiera las 170 obras que tenemos nosotros este año en nuestro poa, a la fecha nosotros estamos ejecutando alrededor de</p>

	<p>publicación de una revista informativa respecto al tema de obras en el distrito 3?</p>	<p>gestión 2019, cabe mencionar que esta entre proyectos de cordones de acera, enlosetados, vías, pavimento flexible, en algunas urbanizaciones equipamiento, plazas, parques, canchas, entonces, el vecino con esta revista informativa estaría al tanto de todo lo que se ha generado en el distrito municipal 3 y no solamente este distrito si cada distrito aplicaría ello todos estarían conformes y satisfechos de que su presupuesto se ha gastado de la mejor manera posible, tomando en cuenta de que cada decisión de obra ha sido consolidada en reunión con los vecinos por los presidentes de cada urbanización. Tenemos debilidades dentro del distrito municipal 3, lastimosamente es la dirigencia, muchas veces hace mención de los vecinos de que se tienen necesidades, sin embargo, estas necesidades desconocen los vecinos. Entonces es necesario tener una comunicación abierta con las bases y con los presidentes para poder generar soluciones que sean conjuntas y sobre todo sean soluciones reales a las necesidades que se tiene. Hoy por hoy he podido ver que quieren implementar proyectos como enrejados de tierra de un área que está olvidada, no hay priorización de proyectos, sin embargo, mencionan que es una decisión de los vecinos cuando se los pregunta a los vecinos desconocen esta situación. Tenemos las rejas en las plazas y ahora queremos enmallarlos, entonces no estamos gastando bien la plata, tenemos que priorizar y ver de que satisfaga de mejor manera al vecino y el intermediario quien lo hace es el presidente. Entonces si la obra está mal solicitada no es muy productivo de beneficio para urbanización pues es la decisión que se ha</p>	<p>98 obras que tenemos ya, en algunas ya hemos cerrado y otras que recién estamos encaminando para que la siguiente semana podamos tener su ejecución en nuestro distrito par que este avanzando y eso es lo que nosotros necesitamos de que se vea un método o algún accionar para que la gente de nuestro distrito conozca el trabajo que estamos haciendo y esa revista informativa que hace mención usted ayudaría en gran manera para cualquier actividad que nosotros tengamos. El vecino siempre dice no, no hay obras, no están haciendo nada, no están trabajando, peor si vieran que nosotros más allá de la casa del vecino que está gritando estamos entregando una obra seria bien importante, sabemos el trabajo que tiene cada vecino ellos se levantan 6 de la mañana y están llegando 11 de la noche no tienen el tiempo ni siquiera que sucede una cuadra más atrás, pero esa información escrita o visual que nosotros proporcionaríamos ayudaría en gran manera a mejorar el prestigio de cualquier institución pública como también ayudaría a la información al vecino, porque ellos siempre dicen nosotros pagamos nuestros impuestos que están haciendo con estos impuestos, entonces nosotros también podríamos presentar un cuadro de cuánto impuesto hace anual y cuánto esta retornando a su zona. El distrito 3 recauda de todo el tema de impuestos sobrepasando un poco más de los 10 millones de bolivianos y en obras están llegando más de 25 millones de bolivianos, o sea la alcaldía va y da el doble de lo que se recauda en el</p>
--	--	---	--

		<p>tomado y es el presidente quien nos ha dado a conocer. Hemos podido ver que en muchas de las urbanizaciones que ya cuentan con los servicios básicos, equipamiento, enlosetado, en tema de vías, que ya están completos, entonces en las reuniones ya no asisten con gran medida como hace años atrás porque las necesidades han disminuido y no le dan mucha importancia, podemos hablar de la zona Primero de Mayo que es una urbanización antigua y hoy por hoy es una de las zonas más completas, tienen sus viviendas, unidades educativas, y cuando se convoca a una reunión muy pocos asisten, también la zona Villa Adela está en ello, también hay urbanizaciones como la zona Cosmos donde hay necesidad de alcantarillado, el tema de vías, no tienen adoquinado, sus plazas aún están en tierra y cuando se convoca a reunión, la dirigencia tiene mayor solvencia en cuanto a convocatoria que otras que ya tienen los servicios básicos. El desinterés de la población genera también que el crecimiento y el desarrollo sea más decisión del dirigente y no decisión conjunta de todos los vecinos.</p>	<p>sector y eso muy poco de los vecinos saben, entonces sería bueno esa revista informativa para que nos pueda coadyuvar en el trabajo informativo. Este es un distrito muy grande, tiene buena cantidad de zonas y tiene buena cantidad de presupuestos. Es valuable el trabajo que ellos hacen y por ende también tenemos ese beneplácito de decir misión cumplida. Las anteriores gestiones hemos sobrepasado los 90 por ciento de ejecución y este año también lo vamos a hacer de alguna manera. Si hubiera la oportunidad de publicar una revista sería la primera vez y me agradaría mucho colaborar también porque hay bastante información que hay que darles a conocer a los vecinos de a pie.</p>
--	--	---	--

Fuente: Elaboración propia, 2019.

De acuerdo a las respuestas emitidas por las autoridades de la Subalcaldía del distrito 3, asumen que como institución pública tienen la necesidad de implementar medios de información para que los vecinos puedan conocer las obras y actividades. Por otro lado, también afirman que los vecinos están desinformados por el poco interés en participar de las entregas de obras y otros trabajos que realiza la institución pública. Aseguro que esta revista como un medio de información ayuda a la institución para que el vecino pueda tener conocimiento de todos los aspectos económicos, sociales, comerciales, entre otros.

CUADRO 7. ENTREVISTA DIRIGENTES VECINALES

OBRAS Y ACTIVIDADES - ZONA VILLA ADELA DISTRITO 3

N.º	PREGUNTAS	ENTREVISTADO 1- Eloy Hidalgo Mariaca CARGO: presidente de la urbanización Villa Adela Fecha: 11/Oct./2019. 	ENTREVISTADO 2- Ricardo Cortez CARGO: secretario general de la urbanización Villa Adela Fecha: 11/Oct/2019. 	ENTREVISTADO 3- Celso Chambi Chauca CARGO: Control social distrito 3 Fecha: 15/Oct/2019. 
1	Cómo dirigente vecinal, usted ¿Cree que la Subalcaldía del distrito 3 informa de manera eficiente a los vecinos en relación al tema de sus actividades y obras que realizan?	Me parece que no, porque parece que no se busca eficiencia sino se busca deficiencia por las siguientes razones, el anterior sub alcalde pese que era del distrito del plan 560 d Villa Adela era muy farsante e informal, siempre cualquier obra que pedían, si, si ya te voy a mandar hermanito resultado ninguno, es así que por ejemplo tenemos un parque que está abandonado con sillas rotas que es el parque Coca Cola ala lado del centro de salud no se arregló, no hay eficiencia sino deficiencia, yo pienso que una vez se concrete y conozca bien la	La verdad es que es un poco deficiente la comunicación que tienen con los vecinos más que todo de la Sub alcaldía del distrito 3, ahí tendríamos que tener muy en cuenta porque a veces la falta de información hace que los vecinos estén en desacuerdo en muchas actividades que podrían llegar a ser o no saberlas también, entonces tendrían que tener un poco más de comunicación	El tema de la sub alcaldía más que todo maneja de los proyectos, obras que se ejecutan es cierto, la ley 341 me ampara para poder estar detrás de todo el trabajo que se hace dentro la sub alcaldía y trabajamos coordinadamente con la sub alcaldesa para que todas las obras y proyectos se hagan de la mejor manera posible y que sean obras de calidad, por lo tanto hay una información de cerca porque aquí lo tengo toda la información de cómo es el manejo de los proyectos y cuantos proyectos se están ejecutando hasta el momento para informar tenemos 58 por ciento de ejecución física dentro del distrito 3 por lo cual

		<p>Subalcaldía, la subalcaldesa me imagino que va a mejorar y nos va atender.</p>		<p>hasta el momento presupuestado tenemos 170 proyectos lo cual tiene un monto de 25 millones 533 mil bolivianos. Entre los proyectos de continuidad tenemos 92 proyectos, 78 proyectos nuevos que se están ejecutando. La información a los vecinos debe llegar a través de sus presidentes, nosotros cada mes llevamos ampliados en el distrito en lo cual nosotros informamos, mi persona tiene la obligación de informar a los presidentes el manejo de los recursos que designan al distrito 3 y que obras se están ejecutando y cuantas obras están por ejecutarse y cuantas ya fueron ejecutadas. Posteriormente los presidentes bajan a sus asambleas correspondientes en los cual que tiene que informar también en detalle. Quizás algunos presidentes también no informaran. Así la verdad yo veo que 50 por ciento de los vecinos están informados otros 50 por ciento no están informados por que es difícil de llegar a todos los vecinos porque ellos no asisten cuando hay asambleas en diferentes zonas. Los 15 ejecutivos del distrito 3, la Subalcaldesa junto</p>
--	--	---	--	---

				<p>a sus técnicos colaboradores nos reunimos cada lunes para evaluar toda la semana que es lo que se ha hecho, cuales han sido las deficiencias, que se ha hecho y en qué nos fue bien. Pues si hay fallas, tenemos que corregir y empezar a trabajar para evitar los errores en el transcurso de la semana. Los ampliados distritales llevamos cada mes y también hay ampliados de emergencia que también se realizan.</p>
2	<p>¿Cree que los vecinos conocen las actividades y obras que entrega la Subalcaldía del distrito 3?</p>	<p>Los vecinos cuando les invitamos no asisten por factor trabajo, entonces a través de la prensa oral escrita deben enterarse</p>	<p>Si no fuera las juntas vecinales, pues no se entregaría directamente, la comunicación en sí es las juntas de vecinos ya que trabaja conjuntamente con la sub alcaldía pero a veces por el tema de obras solamente podíamos hablar de las juntas de vecinos</p>	<p>Hay dos formas de entregas de obras, la provisional y la definitiva, en la provisional mi persona, también la sub alcaldía el supervisor y encargados de las obras y algunos ejecutivos que tienen que acompañar bajamos a las zonas siempre con la invitación al presidente de la zona en lo cual observamos que si esa obra está bien ejecutada o tienen observaciones, ahora si tiene observaciones pues tenemos que observar hasta que la empresa solucione las deficiencias que tienen esas obras eso es la provisional, posteriormente damos una fecha para que se haga la entrega definitiva en lo cual si se invita a los vecinos, el</p>

				<p>presidente se hace cargo de que tiene que invitar a los vecinos de la zona para poder nosotros también visualizar qué proyecto estamos entregando esa zona y los vecinos tienen que estar informados sobre qué proyectos e entrega en la zona. Como nosotros somos representantes de las zonas, estamos trabajando para los vecinos y eso es la obra que se está entregando ya que tampoco se puede entregar una obra de deficiencia, sino una obra de calidad, bien ejecutada es lo que se tienen que entregar, los vecinos también se sienten agradecidos y nosotros complacidos por haber hecho el trabajo.</p>
3	<p>¿Cuáles son las deficiencias que tiene la Subalcaldía del distrito 3 en el manejo de información respecto a la temática de sus actividades y obras?</p>	<p>Las deficiencias que tienen son sus técnicos, hay un arquitecto que cuando nosotros mandamos una nota para una obra “x” con un monto estimado, y al momento de entrega d la obra hay desfases por efecto de presupuesto está mal hecho. Por ejemplo, se ha hecho el frontón antiguo el año pasado y sin pintura, el piso rellenado y no estaba compactado muy bien, hay esas deficiencias</p>	<p>Hay deficiencias porque tampoco tienen muchos recursos humanos primeramente, para hacer ciertos trabajos como jardines y plazas y la deficiencia está en eso tenemos que estar nosotros peregrinando para que nos solucionen muchas cosas de arreglo de plazas y jardines y luminarias que nos hace mucha falta en la zona por la seguridad ciudadana y la desinformación siempre va estar presente porque la sub</p>	<p>Como la Subalcaldía es el brazo operador de la alcaldía central entonces no siempre se puede decidir dentro de la sub alcaldía, sino que siempre tiene que ver la autorización de la alcaldía central y ahí es la deficiencia donde nosotros queremos un trámite que avance que se acelere, siempre está ahí demorándose en la alcaldía central y en eso está también, necesitamos maquinarias que el distrito 3 necesita. No todo está</p>

		<p>y me parece que los técnicos no analizan y no ven bien las cosas como son, entonces de ahí vienen las deficiencias, queríamos mandar una nota fuerte denunciando estas cosas a la Alcaldía, pero después pensamos en la parte humanitaria, dijimos que ojalá puedan reflexionar. Siempre hay que innovar tienen que haber eficiencia. Evidentemente cuando alguien se hace cargo tiene que informarse.</p>	<p>alcaldía trabaja sola, se podría decir s autónoma podríamos decirle, porque si no fueran las juntas de vecinos, pues no habría tampoco comunicación directa con el vecindario en sí.</p>	<p>concluido, sino el 30 por ciento que existe de las zonas aún están de tierra y ahí es donde se necesita mucho material y maquinarias donde se tiene que ejecutar y la deficiencia está en esos lugares, yo quisiera decirle a la alcaldía central que debería colaborar de los más rápido posible para el mantenimiento de maquinarias o seguridad ciudadana que también necesitamos d mucha importancia dentro de esto, ahora también de los funcionarios, el distrito 3 maneja un monto cerca de 31 millones y en este año hemos tenido 170 proyectos que están en ejecución, ejecutadas por ejecutarse y hay otros proyectos que están observados, en total tenemos 205 proyectos dentro del distrito 3 y ahora la deficiencia de los funcionarios es que tenemos pocos técnicos para que elaboren los proyectos y pedir a la alcaldía central que nos envíen más técnicos para que los tramites puedan avanzar de manera rápida. La información es transparente, si hay alguna falla tenemos que corregir dentro de esa semana para que todo nos vaya bien.</p>
--	--	---	---	--

4	<p>¿Qué recomendaría mejorar a la Subalcaldía del distrito 3 en materia de información respecto a las actividades y obras que viabiliza?</p>	<p>Que se preocupen un poco más especialmente para que nos atiendan en el tema de luminarias, nosotros por ejemplo el año pasado hemos pedido con nuestro presupuesto por un monto de 100.000 bolivianos y dos arreglos no los han hecho, hasta ahora no hemos conciliado en cuanto a luminarias, se ha gastado en, los brazos, foto control y todo aquello, entonces yo creo que tienen que tener un poco más de responsabilidad en sus trabajos para que se pueda mejorar, porque si no se mejora va a haber mucha deficiencia y la Subalcaldía va a estar entre los malos en administración de la Alcaldía.</p>	<p>Tendría que gestionarse algo más comunicativo en la subalcaldía más que todo con las juntas de vecinos, pero esto también es muy político porque la política entra mucho en las subalcaldías con los vecinos porque piensan que unos son de un partido político y no los hacen caso y no los toman en cuenta entonces a los que no están en partidos a fines a ellos pues los hacen a un lado esa es la discriminación política que también que se ve en todas las subalcaldías. Entonces las deficiencias siempre van a existir y la comunicación tienen que ser para todos no solamente para unos.</p>	<p>Necesitamos mayor atención porque las maquinarias se friegan y en ese momento es un perjuicio para los vecinos por eso pido a la alcaldía central mayor atención a las maquinarias del distrito 3, también mayor atención en la seguridad ciudadana porque el distrito ya tiene sus luminarias pues se necesita el carro canasta, como tenemos solo uno, entonces no puede satisfacer a todos a veces tiene deficiencias técnicas y ya estamos fregados.</p>
5	<p>Como presidente de zona ¿Cómo informa a los vecinos respecto a las principales actividades y las obras realizadas por la Subalcaldía?</p>	<p>Nosotros el año pasado hemos el mejoramiento de una obra grande, de la cancha de fútbol con césped sintético que ha sido después de 30 años, luego hemos hecho el mejoramiento y refacción de la plaza unión y dentro la cancha de fútbol estamos haciendo baterías y baños para toda la juventud,</p>	<p>Les informamos del boca a boca, también tenemos reuniones, ampliados, reuniones con juntas de vecinos, y les informamos. En Villa Adela por ejemplo cada tres meses tenemos reuniones con los vecinos entonces les informamos las actividades que se están haciendo, el movimiento que se está haciendo, las obras que se está</p>	<p>Justamente tenemos 108 urbanizaciones, en lo cual mi obligación es informarles y por eso llevamos ampliados distritales cada mes y ahí es donde tengo que informar el trabajo que se hace en ese mes y el tema de los vecinos a veces los presidentes me invitan a su reunión y yo tengo que asistir e informarles qué proyecto están llegando a sus zonas así</p>

		<p>personas mayores y adultos para que puedan tener donde ir hacer sus necesidades y tener las duchas pertinentes. Estamos en la etapa de que se instale los servicios básicos y fines de este mes estaremos inaugurando. Y así hay varias obras, en las asambleas que tenemos les informamos, entonces los vecinos están alertas para cualquier acontecimiento que pedirá presentarse si no nos hacen caso con las obras.</p>	<p>haciendo y bueno entonces por eso nosotros llegamos hacer la información correspondiente, si no fuera también la cabeza que es la junta central de vecinos los vecinos tampoco estarían informados. También hay medios de comunicación o el internet que es más masivo, entonces tenemos eso.</p>	<p>también las observaciones necesarias con la participación en las reuniones zonales.</p>
6	<p>¿Cómo califica la participación e interés del vecino respecto a las actividades y obras?</p>	<p>Algunos son indiferentes como en todas las zonas, cuando hay que hacer una obra decimos, por decirle vamos a mejorar la plaza del policía dicen que se haga, pero el momento de la entrega brillan por su ausencia, pero eso si les gusta criticar por detrás de uno, hablar mal y eso debemos corregirlo. Si uno hace obra le critican y no hace peor le critican, entonces no sabemos cómo contentar a la gente, entonces creo que es un 30 por ciento de participación pero también influye el espacio físico, no</p>	<p>El vecino, las zonas más pobladas o las zonas más antiguas, los toman como un dormitorio. El tema dormitorio es cuando solamente llegan a dormir y salen a trabajar entonces, pero muchos que no se dan cuenta, en eso tendríamos que tener mucha comunicación y tenemos una participación de 35 a 40 por ciento, no llegamos ni al 5 por ciento, porque a veces el vecino no se interesa, también es un poco apático</p>	<p>Dentro del distrito 3, la preocupación de los vecinos es que necesitan proyectos obras más que todo. Tenemos cinco sub distritos en lo cual el sub distrito 1 necesitan otros proyectos, el sub cuatro y sub cinco necesitan enlosetados, alcantarillados, cordones de acera, en la sub uno necesitan el alcantarillado pluvial y el cambio del alcantarillado e infraestructura vial prefieren asfaltado flexible, viendo el desarrollo de cada lugar, en el sub dos donde esta Villa Adela, todo ese sector ya está poblado y necesitan más el alcantarillado fluvial e infraestructuras como ser</p>

		<p>tenemos ambiente grande, eso nos priva de laguna manera , para que pueda participar en su totalidad para que puedan estar informados todos los vecinos, nosotros como junta central en nuestro ceno aglutinamos 18 unidades vecinales y somos la junta central a parte del plan 560 entonces somos 1300 viviendas son casi 10.000 habitantes que tiene Villa Adela y si tomamos en cuenta plan 560 y plan 145 pasamos los 12.000 habitantes</p>		<p>centros culturales, sedes sociales.</p>
7	<p>Si tendría la oportunidad de mejorar la calidad de información para los vecinos ¿Cómo lo haría? ¿Qué sugeriría?</p>	<p>Lo que tendríamos que hacer es el mejoramiento es lo primero, seguridad ciudadana que mucha falta nos hace, nosotros informamos en las asambleas generales. Lo que podríamos hacer es una información efectiva mediante boletines para destituir a los vecinos pero que lo lean y esa impresión de boletines también significa presupuesto entonces nosotros tenemos muchos gastos y no pedimos cuota a los vecinos para evitar malos</p>	<p>La información sería más continua, pero con los medios necesarios, pero nosotros lo estamos haciendo por medios de internet, nos estamos comunicando ya que muchas zonas tienen una clase de perifoneaje por eso también informamos, tenemos una comunicación más del tú a tú con el vecino</p>	<p>Sobre todo, pedirles a los presidentes de zonas para ver que la información sea de cerca es convocar a los vecinos y no olvidar informar lo que se está trabajando dentro de la sub alcaldía también dentro de nuestra ciudad de el alto. Sabemos que nuestra ciudad de el alto está en constante desarrollo y a veces los presidentes en otras zonas dejan de informar y la calidad de información tendría que llegar a través de sus presidentes porque nosotros no podemos llegar también a todo lugar y otro sería llevar algunos</p>

		<p>comentarios que en todas las zonas se producen</p> <p>Los que asisten a las asambleas generales están informados y los que nos asisten a las asambleas no están informados, generalmente siempre salimos felicitados. Pero poca gente se informa, los que se interesan para la mejora de la zona, pero ahora una de las preocupaciones digo a toda la vecindad a parte de las luminarias de seguridad ciudadana, salud es el cambio de alcantarillado sanitario en todas las calles, Villa Adela tiene 45 años de existencia, entonces se requiere una total renovación para el alcantarillado sanitario, entonces estamos haciendo las gestiones pertinentes de acuerdo al alcance de nuestras posibilidades pero a cada vecino les hemos pedido también que presenten sus carpetas pero tampoco presentan sus carpetas desconfían los vecinos, entonces nos presentan sus carpetas que hacemos, entonces los señores vecinos tienen que</p>		<p>seminarios donde también sería que participen los vecinos para lo cual nosotros podemos informar.</p>
--	--	--	--	--

		preocuparse, es una necesidad esencial el servicio de alcantarillado para nuestras necesidades.		
8	Como presidente de zona ¿Cómo considera la publicación de una revista informativa periódica en el tema de actividades y obras para los vecinos?	En esta parte tendríamos que coordinar con la Subalcaldía para que cada obra en el distrito 3 se informe a la vecindad a través de los presidentes o en las cumbres distritales que tenemos para que estén más informados y dar sugerencias ya sea positiva o negativas, ayudaría la revista, pero siempre y cuando lo lean también porque si no lo leen, es como tener un libro por más malo que sea o por más bueno, no está enterado.	Para tener un medio de comunicación como este sería muy importante también, pero para eso se necesitaría también medios económicos para poder hacerlo porque donde saldría ese factor económico. A veces la misma publicidad lo pagaría, pero tendríamos que incursionar eso, innovar también podría ser llegar hacer temas, en un periódico semanal, mensual o trimestral de cada zona y ayudaría bastante, claro porque a veces las personas de la tercera edad no están en ese tema de la tecnología, entonces eso nos ayudaría bastante	Eso nos ayudaría de gran manera, a veces cuando ejecutamos todas estas obras no es tan visible como nosotros no tenemos una herramienta para informar, nos manejamos dentro del distrito nomas, hay artos proyectos que se están ejecutando, pero la gente dice, no hay obras, no hay proyectos y eso u poco nos incomoda si notros estamos trabajando fuerte. Hasta estamos presionando a la alcaldía central para que nos mande recursos y podamos ejecutar dentro del distrito 3 peor la información no sale de esa forma. Si habría alguna forma para poder hacer ese medio escrito pues nosotros aceptaríamos con mucha satisfacción porque el vecino y el pueblo alteño tiene que estar informado de que obras se están realizando y como se están manejando y en donde se están ejecutando las obras.

Fuente: Elaboración propia, 2019

Los dirigentes vecinales aseguran estar desinformados sobre las obras y actividades que realiza la Subalcaldía del distrito 3, mismos que mostraron su molestia tras no saber cómo

ejecutan el manejo del Plan Operativo Anual (POAs zonales). La junta vecinal argumentó que de alguna manera tiene que llegar la información sobre el trabajo que realiza la Subalcaldía del distrito 3 a las manos de los vecinos de esa jurisdicción.

Sin embargo, los ejecutivos de la junta vecinal, como ser el Control Social, aplaude la iniciativa de que la Subalcaldía planifique y facilite la implementación de un posible medio de información como ser la revista impresa que es de fácil alcance para los vecinos. Así también resalta que, a través de esta herramienta de trabajo, los vecinos pueden tener más conocimiento acerca de cómo y dónde se invierten los recursos económicos de esa jurisdicción.

CAPÍTULO VI

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1. PROPUESTA COMUNICACIONAL

Se propone el diseño de la revista como medio informativo denominada BOOM VECINAL ¡Utha Che...! a la Subalcaldía del distrito 3 para mejorar la información y comunicación entre los vecinos y las autoridades municipales en la ciudad de El Alto.

6.1.1. Descripción resumida de la acción para alcanzar el fin propuesto

La publicación de la revista Boom vecinal ¡Utha Che...!; en el distrito 3 es trimestral. El objetivo principal es visibilizar los proyectos y actividades de la Subalcaldía del distrito 3 del primer semestre de la gestión 2019, con un lenguaje comprensible para el público lector.

La revista muestra un lenguaje coloquial y caricaturesco en cuanto al logotipo, con el objetivo de llamar la atención del lector. La revista no pierde la seriedad y formalidad que toda revista informativa debe tener, utilizando palabras que se adhieren al lenguaje aymara como el, ¡Utha Che...!, el cual es un lenguaje escuchado en distintos lugares de este sector, porque muchas personas de la ciudad de El Alto son migrantes de distintas provincias y entremezclan el idioma aymara con el castellano. El color, es otro de los elementos importantes en la revista; el color guindo que representa a la bandera de la ciudad de El Alto.

6.1.1.1. Objetivos de intervención

Tras la aprobación de este trabajo de grado se plantea la propuesta a la Subalcaldía del distrito 3 del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto para su evaluación y su posible implementación de este medio informativo que es la revista Boom Vecinal ¡Utha Che...! el cual se propone:

1. Diseñar una revista de información de manera trimestral para sensibilizar a los vecinos.
2. Promover a la institución para que pueda implementar esta propuesta comunicacional

3. Contribuir a la creación de un nuevo espacio público mediante la publicación de la revista como medio informativo, dirigido a los vecinos y sociedad en su conjunto, con un lenguaje sencillo, una diagramación atrayente y un contenido concreto.
4. Lograr que la población se encuentre informada a cerca de las obras y actividades que realiza la Subalcaldía del distrito 3.
5. Coadyuvar mediante esta publicación al fortalecimiento de la imagen institucional de la Subalcaldía Municipal del Distrito 3 ante la sociedad y sensibilizar al ciudadano para el cuidado de las obras municipales, como también el interés en la participación de actividades.
6. Difundir en la revista informativa Boom Vecinal ¡Utha Che...! los diferentes proyectos y actividades del primer semestre (enero- junio) de la gestión 2019, que realizó la Subalcaldía del Distrito 3.

6.1.1.2. Resumen de la estructura del suplemento – secciones

Se propone desarrollar una revista informativa como un medio de comunicación que recoja la más amplia diversidad de fotografías con ciertos datos concretos y específicos en cuanto a las actividades y proyectos ejecutados en el primer semestre de la gestión 2019, por la Subalcaldía del distrito municipal 3 para mostrar una visión plural de la realidad. Se plantea dos secciones en un solo cuerpo, sujeto al género periodístico informativo con notas de redacción aclaratorias concretas.

TABLA 3. RESUMEN DE LA ESTRUCTURA DE LA REVISTA

Portada	
Historia	Breve reseña histórica de la ciudad de El Alto
Presentación	Un saludo al público, agradecimientos y reconocimientos

Diversidad de fotos sobre variadas obras	Varias fotografías con relación al tema de obras y actividades
Subalcaldía Informa	<p>Obras en diferentes zonas del distrito 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cordones de acera, enlosetados y asfaltos para las zonas - Centros culturales, infantiles y sedes sociales - Luminarias, parques y plazas - Mapa de obras - Canchas de césped sintético y planimetrías para el Distrito 3 - Publicidad del G.A.M.E.A.
Conociendo Nuestras Actividades	<ul style="list-style-type: none"> - Aniversarios de las urbanizaciones - El Alto con su cultura - Ubicación de los Centros de salud - Motivación en los estudiantes con ferias escolares - Subalcaldía distrito 3- trabaja en distintos Operativos de limpieza - Nombres, cantidad y presupuesto de las zonas del distrito - 3 - Entretenimiento (juegos) e información sobre la Subalcaldía - Recomendación a la población

Fuente. Elaboración propia, 2019

6.1.1.3. Destinatarios.

De manera principal la revista se dirige a los vecinos de las 108 urbanizaciones del Distrito Municipal 3, y de manera secundaria a la sociedad en general.

La revista muestra una línea informativa y de conocimiento para la sociedad por parte de la Subalcaldía del Distrito Municipal 3, para afrontar el problema principal que es la falta de información que tienen los vecinos del distrito 3, sobre los trabajos (obras y actividades) que realiza la institución pública.

6.1.1.4. Dirección

La revista BOOM VECINAL ¡UTHA CHE...!, es exclusivamente para los vecinos del distrito 3. El vecino que no haya obtenido su revista, puede adquirirlo de manera gratuita en oficinas de la Subalcaldía Municipal del Distrito 3, zona Villa Caluyo av. 4 N.º 140 telf. 2119236, El Alto.

6.2. DIAGRAMACIÓN DE LA REVISTA “BOOM VECINAL ¡UTHA CHE...!”

6.2.1. Diagramación

Se entiende por diagramación al arte de ordenar elementos diferentes en un determinado espacio, de tal manera que sean legibles, armónicos y que mediante la belleza de su composición atraiga la atención para su lectura.

Las técnicas que se utilizan en la diagramación van desde lo manual o tradicional, cuya técnica es el bocetado o elaborado a pulso y que viene de la técnica antigua de la tipografía, hasta las técnicas actuales como es la técnica electrónica, cuya principal herramienta presenta paquetes de computación exclusivos para diagramación como en este caso se utilizó los programas: Adobe InDesign y Adobe Photoshop.

6.2.2. Descripción del contenido de la revista

La revista institucional está diseñada de la siguiente manera:

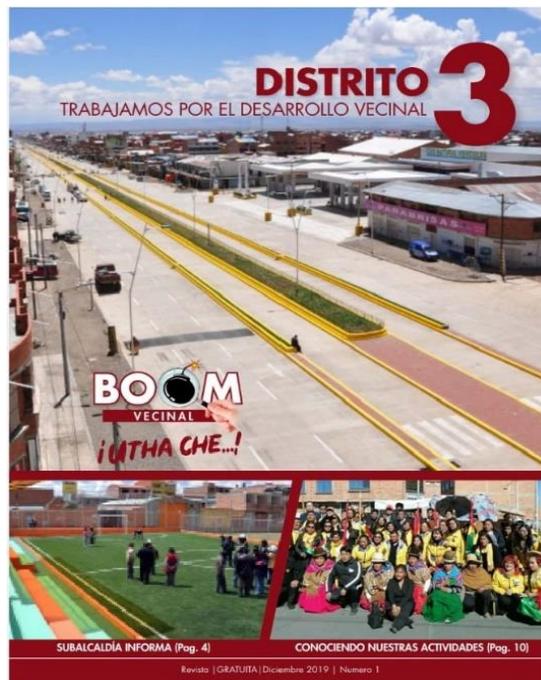
6.2.2.1 Diagramación de la Portada

La portada, tapa o la primera plana es la presentación estética visual decisiva e importante para la aceptación del lector. Para Torrico (1993) la portada es la primera impresión visual del lector, es imprescindible su diseño porque depende de ello en buena medida el éxito o el fracaso. En la revista “**Boom Vecinal ;Utha Che...!**” las portadas están elaboradas con fotografías, colores y diseños atractivos referentes a su contenido, mismas que están diagramadas con colores concordantes a la bandera de la ciudad de El Alto y acorde a las características de la institución.

6.2.2.2. Portada de la Revista como medio informativo “**Boom Vecinal ;Utha Che...!**”-anverso

En la portada de la Revista lleva una fotografía referida en su generalidad a la característica principal de las obras que dan estética a la Subalcaldía del distrito 3. La portada es una presentación sintética, atractiva y ágil de lo que realmente contiene la publicación.

FIGURA 3. PORTADA DE LA REVISTA



La principal fotografía es la j'acha obra de la avenida Julio César Valdez- Villa Adela. Las dos secciones cuentan con fotografías referentes a obras y actividades realizadas por la Subalcaldía del distrito 3 con un soporte textual que informa de manera ágil y determinante sobre el contenido de la revista. A su vez, la portada lleva el logotipo, el slogan y un color guindo en representación a la bandera de la ciudad de El Alto.

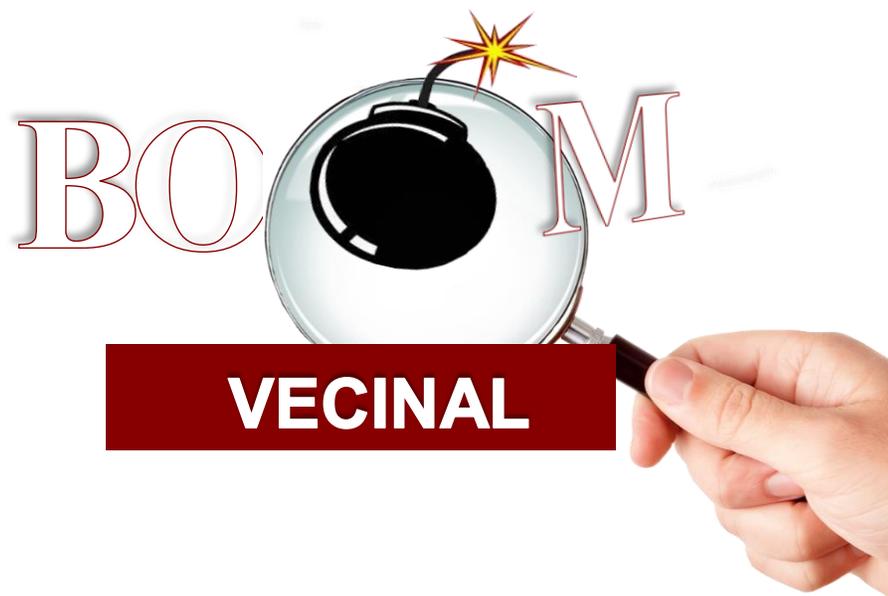
Generalmente se realiza en color y tiene como objetivo principal dar un impacto visual tal que no sea desapercibido para el público lector. Las revistas tienen las ventajas de utilizar una variedad de colores.

6.2.2.3. El Logotipo

Es la presentación de la revista, por ello se le tiene que dar un tiempo de trabajo bastante arduo y pulir hasta el último detalle en su elaboración, para que se obtenga un resultado acorde con las expectativas de los potenciales lectores.

La revista como medio informativo tiene como logotipo la inscripción del nombre “**BOOM VECINAL**” con letras de fondo blanco y bordes de color guindo, incrustadas en la parte del centro del lado izquierdo. La Subalcaldía prefiere no colocar los logotipos del ente matriz institucional con el fin de que esta revista se identifique más con información para los vecinos y no así una publirevista; es por ello que no cuenta con los logotipos de la institución

FIGURA 4. LOGOTIPO DE LA REVISTA



Logotipo con la inscripción “**BOOM VECINAL**”, nombre de la revista impresa que revela información sobre los proyectos y actividades que realiza la Subalcaldía para el desarrollo del distrito 3. Además, resaltar que el logotipo es más caricaturesco para que cautive la atención del lector.

6.2.2.4. El Slogan

El **eslogan** es una frase compuesta de una o más palabras que definen una marca y que, en general, acompaña a un logo. La palabra inglesa “**slogan**” quiere decir “grito de guerra”.

La revista tiene como Slogan, la inscripción del nombre “**¡Utha Che...!**” con letras de color guindo y tipo de letra manuscrita incrustada en la parte del centro del lado izquierdo de bajo del logotipo.

FIGURA 5. SLOGAN DE LA REVISTA



The image shows the slogan "¡UTHA CHE...!" written in a red, hand-drawn, blocky font. The letters are thick and have a slightly irregular, textured appearance, giving it a grassroots or community feel. The exclamation points are also in the same style. The text is centered horizontally.

El slogan (¡Utha Che...!) tiene un lenguaje coloquial que se adecúa a un vocabulario común y es de complemento ideal al logotipo, ya que muchas personas que llegan a ser migrantes de muchos lugares diferentes conocen y utilizan estas palabras, es por ello que el vecino al observar la información se sorprenderá o tendrá alguna reacción de opinión pública.

6.2.2.5. Historia de la Ciudad de El Alto- reverso

En esta página se propone una breve reseña histórica de la ciudad de El Alto y sus principales características ya que este proyecto está dirigido a vecinos del distrito 3 de la ciudad de El Alto.

FIGURA 6. BREVE RESEÑA HISTÓRICA DE LA CIUDAD DE EL ALTO



Se hace énfasis a la historia de la ciudad de El Alto porque es de mucha importancia tener un respeto y dar un saludo a esta ciudad más joven de Bolivia. Además, se tiene en cuenta que el trabajo de grado se realiza en una parte de este municipio de El Alto.

6.2.2.6. Presentación - reverso

Esta página establece una relación dialógica y permanente entre la revista y el público meta. Además, se presenta los agradecimientos a las autoridades, quienes coadyuvaron con distintos aportes para el desarrollo del producto.

FIGURA 7. LA PRESENTACIÓN



El diseño que se plasma en la presentación de la revista tiene el objetivo de interactuar con el lector de manera claro y conciso, dando referencia del porqué y para quién se hizo la revista.

6.2.2.7. Diversidad de fotos sobre variadas obras – anverso

Tiene el objetivo de llamar la atención del público a través de la imagen, donde, tanto la autoridad como el vecino son de total importancia para coadyuvar el desarrollo de las zonas del distrito 3 y generar una buena comunicación e información para el vecino.

FIGURA 8. DISTINTAS OBRAS Y ACTIVIDADES - REVERSO



6.2.2.8. Contratapa

Es la que cubre la revista por atrás. En este caso la contratapa muestra un resumen general de lo que trata y es la revista “Boom Vecinal ¡Utha Che...!”, además de su importancia informativa.

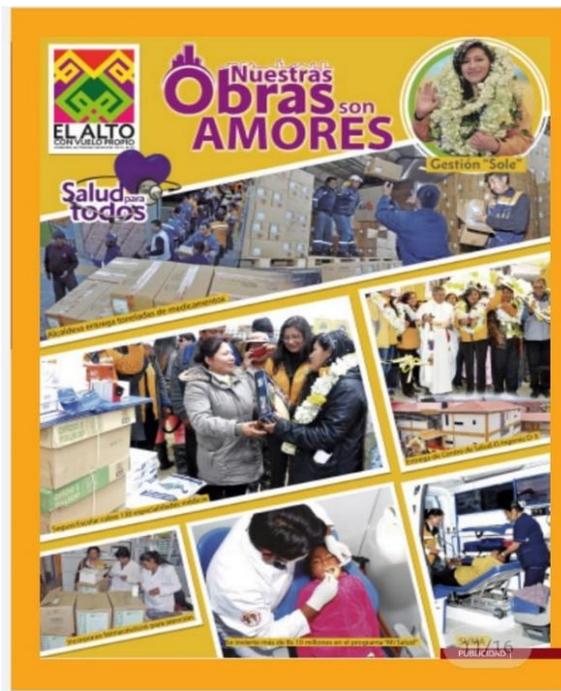
FIGURA 9. CONTRATAPA DE LA REVISTA



6.2.2.9. Páginas Interiores – primera y segunda sección

6.2.2.9.1. El contenido de la primera sección de la revista denominado “Subalcaldía informa”

Establece una información concisa y concreta sobre la cantidad de obras que fueron entregadas por la Subalcaldía en las distintas zonas del distrito 3 durante el periodo del primer semestre (enero - junio) de la gestión 2019. Además, se da un espacio para la publicidad del GAMEA; ya que los medios más importantes para difundir mensajes publicitarios son las revistas impresas por la calidad gráfica que ésta tiene y porque sus imágenes nos atraen.



6.2.2.9.2. El contenido de la segunda sección de la revista denominado “Conociendo nuestras actividades”

Da a conocer las diferentes actividades en el que participa y realiza la Subalcaldía del distrito municipal 3, con el fin de que la población tome interés en la participación de las mismas. Así también, muestra información acerca del total de las zonas del distrito 3 con su respectivo Plan Operativo Anual (POA) y como complemento al entretenimiento del lector que es el vecino o la población en general se coloca algunos juegos que es de conocimiento para las vecindades a cerca de la Subalcaldía del distrito 3.

FIGURA 11. EL CONTENIDO – SEGUNDA SECCIÓN

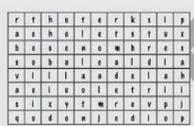


108 ZONAS EN EL DISTRITO 3 - CIUDAD DE EL ALTO			
Nº	URBANIZACIÓN	MONTO P.O.A. en Bs.	
1	1 DE ABRIL	362.753,00	
1.1	ALTO DE LA UNZA	2.962.900,00	
1.2	ANTIOFIAGSTA	732.548,00	
1.3	BOLIVAR "F"	871.367,89	
1.4	BOLIVAR "C"	782.122,00	
1.5	COLAMA	419.529,00	
1.6	CALATO	574.246,00	
1.7	VILLA DOLORES "F"	1.424.301,48	
1.8	EL MAMA SA.	729.400,00	
1.9	LA PRIMERA	1.284.048,08	
1.10	LOZA CHARAÑAGUI	481.734,00	
1.11	LOZA VASCAL	742.844,00	
1.12	LUIS ESPINAL CAMPE	3.196.482,00	
1.13	VILLA PIRACAJES	665.105,46	
1.14	SAN JUAN 24 DE JUNIO	682.721,00	
1.15	SAN LUIS DE LA	1.268.546,00	
1.16	SAN LUIS DE LA	1.268.546,00	
1.17	SAN PABLO	751.919,07	
1.18	SAN PEDRO DE CHA-	624.638,00	
1.19	SENARIVA	481.732,00	
1.20	CENTRO UNION	452.574,00	
1.21	VILLA ALEMANIA	3.215.192,00	
1.22	VILLA DOLORES "F"	1.520.644,00	
1.23	SAN JOSE DE CHA-	805.440,69	
1.24	10 DE FEBRERO	Pendientes	
1.25	2 DE FEBRERO	812.000,00	
1.26	25 DE DICIEMBRE	733.102,00	
1.27	AMIGO CHACCO	805.800,00	
1.28	BARTOLA ALBA	1.370.018,24	
1.29	CANDELARIAS	1.268.744,00	
1.30	EL PARAISO I	1.980.344,00	
1.31	EL PARAISO II	804.608,00	
1.32	JARDIN 81	374.080,00	
1.33	HO CHOCABLANCA	488.688,00	
1.34	SANTA ANA	675.098,00	
1.35	VILLA AZULE CENTRAL	2.808.626,76	
1.36	VIRREYNELA PLAN 960	809.309,00	
1.37	W. A. ACOLLA PLAN 142	892.376,00	
1.38	ADELA YINGUIYO	624.000,00	
1.39	VILLA LA AMISTAD	682.304,00	
1.40	12 DE SEPTIEMBRE	801.308,00	
3.41	10 DE MARZO	1.128.802,00	
3.42	6 DE JUNIO COM-	366.712,00	
3.43	5 DE JUNIO	478.834,00	
3.44	7 DE SEPTIEMBRE	601.308,00	
3.45	AMOR DE DIOS	1.304.178,38	
3.46	ARIELO DE SEP-	484.000,00	
3.47	VILLA CESAR AU-	721.788,00	
3.48	CHARAÑAGUI	633.873,00	
3.49	COMPLEMENTO	486.808,00	
3.50	COMOS 77	1.818.898,00	
3.51	COMOS 78	481.203,00	
3.52	CRUCES Y ADELA	58.947,00	
3.53	VILLA ESTHER	613.004,00	
3.54	101	496.388,00	
3.55	JAMES PAZ ZAHO-	1.295.113,30	
3.56	VILLA JULIANA	1.208.078,00	
3.57	MIGUELITO	488.176,00	
3.58	NUOVA AERUSA-	385.637,00	
3.59	VILLA PIRACAJES	102.000,00	
3.60	ROMERO PAMPA	1.884.960,00	
3.61	SAN LUIS DE MAR-	736.006,00	
3.62	SAN LUIS II CHA-	2.312.767,79	
3.63	SAN LUIS PAMPA	1.968.472,00	
3.64	SAN LUIS ZONGO	782.040,00	
3.65	SAN NICOLAS	1.288.800,00	
3.66	LOS SALICES	248.800,00	
3.67	8 DE FEBRERO	Pendiente	
3.68	10 DE MARZO	688.367,00	
3.69	10 DE DICIEMBRE	481.376,00	
3.70	3 DE MARZO	1.222.897,86	
3.71	BARRO UNDO	801.004,00	
3.72	BARRO DEL PE-	791.700,00	
3.73	CHARAÑAGUI 1	666.188,00	
3.74	CHARAÑAGUI 2	846.408,00	
3.75	COMPL. NATIVO-	411.308,04	
3.76	COTONINA	607.440,00	
4.77	CRUZ DEL SOL	604.988,08	
4.78	EUCOPIO	Pendiente	
4.79	LLAMARU	601.176,95	
4.80	JARDIN DEL SOL	486.229,05	
4.81	JESUS DE NAZARET	677.747,00	
4.82	OLIVARIAS	1.303.896,00	
4.83	LAS ROSAS	708.118,00	
4.84	LOS PINOS	214.231,00	
4.85	LOS POCOS	868.908,00	
4.86	LOZA	742.640,00	
4.87	MARCELA	706.228,00	
4.88	MARIBATA	800.880,00	
4.89	NATIVIDAD	624.981,00	
4.90	SAJAMA	1.364.948,00	
4.91	SAN AGUSTIN	588.384,00	
4.92	SAN ELIZABETH	200.000,00	
4.93	SAN JOSE CHARAÑAGUI	786.272,00	
4.94	SAN JOSE DE ROSAS	749.021,44	
4.95	SAN SALVA-	440.236,00	
4.96	SANTA LUCIA	221.880,00	
4.97	CAPIETALON	522.716,00	
4.98	ANDINO INDIAS	176.508,00	
4.99	PUERTO RICO	214.372,00	
5.100	COMOS 79	906.483,81	
5.101	COMOS 79	1.169.721,00	
5.102	COMOS 79	1.168.036,00	
5.103	COMOS 79	2.730.732,54	
5.104	COMOS 79	732.801,00	
5.105	COMOS 79	1.110.888,00	
5.106	COMOS 79	1.200.000,00	
5.107	COMOS 79	601.079,67	
5.108	JUAN PABLO B. C.T.R.	888.222,00	

141
151

Sopa de letras

Encuentra los nombres de estos lugares y edificaciones en la sopa de letras



Chiste

- ¿Tú sabes el chiste de PODOVOY?
- NO
- Pues TAMPOCOYO



Lógica

Mueve un foforito y forma un □



La Subalcaldía del distrito 3 fue fundada el 26 de julio de 1999



La Subalcaldía del distrito 3 fue fundada el 26 de julio de 1999. La foto destaca la inversión de 20 millones de bolivianos del Distrito 3, monto económico que se destinó en diversas obras zonales como: arbolizados, cordones de asfalto, construcción de sedes sociales, centros culturales, refacción de plazas, parques y jardines. "Solo con amor, con vocación de servicio y con amor a nuestra tierra que nos ha sido hacer se puede trabajar con ilusión", rehortó la Alcaldesa.

6.2.2.10. Tipología del color

Los colores empleados en la revista son diversos, el interior de las páginas está diseñadas estéticamente relacionadas con los colores de la bandera de la ciudad de El Alto (guindo y verde), ya que los vecinos del distrito 3 pertenecen a esa ciudad. Los colores utilizados en la revista están aprobados por las autoridades municipales de la Subalcaldía del distrito 3

6.2.2.11. Fotografías o Ilustraciones

Un proverbio chino dice que “una imagen vale más que mil palabras”. Las fotografías son el inicio de las noticias que complementan con la descripción de las palabras. “La fotografía no sólo es un “retrato” o una representación de un objeto o una parcela de la realidad física, sino que adquiere los rasgos de un documento (retrato histórico) o de un testimonio informativo (noticia)” (Torrico, 1993, p. 135).

Las fotografías, aparte de ser noticias, también sirven para estimular la imaginación, divertir, entretener y romper la monotonía del texto. De acuerdo a Torrico (1993) existen una variedad

de formas de fotografías: foto retrato, secuencia, reportaje, actualidad, noticia, testimonio, poema y foto humor.

En la revista impresa se emplea una variedad de fotografías para impactar y entretener a los lectores, se utilizan las formas de foto serie compuestas más imágenes, foto secuencia con tomas de tres a más imágenes y foto reportaje compuestos con varias fotos a la temática de emprendimiento.

6.2.2.12. Géneros Periodísticos

En el ámbito del periodismo existen tres grandes géneros periodísticos que son: Género Informativo, Género Opinativo y Género Interpretativo. La redacción periodística utilizada para esta sección de actividades fue el Género Informativo.

6.2.2.12.1. Género Informativo

El género informativo se fundamenta en la narración directa de los hechos de la realidad con mayor veracidad y credibilidad. Entre los subgéneros se pueden encontrar: la noticia, el suelto, la nota de redacción, el “cocinado”, la crónica, la entrevista y el reportaje. En la redacción de la revista se manejaron los subgéneros de: la noticia y la entrevista.

6.2.2.12.1.1. La Noticia

Para Torrico (1993) la noticia es: “todo aquel hecho novedoso que resulte de interés para los lectores. O, dicho de otro modo, una noticia es un acontecimiento sorprendente, estremecedor, transcendental.... y, sobre todo, reciente” (pág. 84). Las noticias se obtuvieron mediante coberturas y entrevistas a las diferentes actividades de la Subalcaldía del distrito 3. Posteriormente fueron redactadas y aprobadas previa revisión de la Subalcaldesa del distrito 3, responsable para su publicación de la revista.

6.2.2.12.1.1.1. Las Fuentes Noticiosas

La construcción de una nota informativa periodística imprescindiblemente debe estar sustentada con fuentes. Las notas informativas expuestas en la revista están sustentadas con fuentes primarias. De acuerdo a Torrico las fuentes noticiosas deben ser hechos (sucesos, y su contexto), declarantes (testimonios de las personas) y documentos (periódicos, informes, boletines, libros).

6.2.2.12.1.1.2. La entrevista

Una entrevista es un diálogo entablado entre dos o más personas: el entrevistador formula preguntas y el entrevistado las responde. Se trata de una técnica empleada para diversos motivos, investigación, medicina y selección de personal.

6.3. ELEMENTOS FÍSICOS DE LA REVISTA IMPRESA

6.3.1. Formato

Se plantea 16 páginas, bien diagramado y con riguroso cuidado de calidad en papel couché brillante para la Subalcaldía del distrito 3.

Actualmente la revista impresa está diseñada en tamaño de una hoja de papel bond tamaño carta, que puede ser imprimido en cualquier tipo de papel que se desea.

6.3.2. El Maquetado

La confección de la maqueta es la parte de la formalización estética de una revista. De acuerdo Torrico (1993) existen una variedad de modelos de maquetado que depende de la creatividad del diseñador.

La revista “Boom Vecinal ¡Utha Che...!” esta maquetado en el programa Adobe InDesign CS6, es un software que permite una maquetación perfecta y versátil para diseñar de una

manera atractiva y elegante las páginas, el cual permite al lector una mejor visualización de la revista impresa al momento del leer.

6.3.3. El Material

Los materiales en este proyecto tienen una gran importancia, ya que se pretende remarcar su valor. El papel es el protagonista principal de este producto. En cada número, hay una incorporación de papel nueva, ya sea en apartados concretos. La máquina que elabora el papel determina su grosor, el peso, la superficie y el acabado.

6.3.4. La Encuadernación

Hay diversos tipos de encuadernación, para las revistas, las más utilizadas son, en grapa, si la publicación es inferior a 5 mm, la cual le aporta ligereza y flexibilidad, la rústica, la más consistente, puede ir encolada o cosida, presenta tres tipos diferentes de encuadernación, la rústica fresada (encolado a la americana), con las hojas agrupadas por orden, se fresa el lomo, se encola y se pega a la cubierta, es la más económica, ofreciendo un resultado muy profesional, pero su vida útil no es muy larga. (Usero, I., 2013-2014. p. 27)

6.4. CRITERIOS SOBRE EL DISEÑO E IMPORTANCIA DE LA REVISTA COMO UN MEDIO INFORMATIVO

La elaboración de la revista Boom Vecinal ¡Utha Che...! demanda una serie de procesos desde el diseño hasta el producto final. En primera instancia, se recolecta toda la información pertinente, a través de coberturas periodísticas, entrevistas, investigaciones documentales, etc., para el contenido de la revista. Los contenidos teóricos se introducen al programa Adobe InDesign CS6, para el diseño. Una vez terminado el documento se convierte en formato PDF para una alta calidad de impresión.

Así también se debe resaltar que en las 14 Subalcaldías de la ciudad de El Alto, en los últimos tiempos, han vivido una ola de grandes problemas de desinformación por distintos factores

de necesidad que tienen las entidades públicas sin tomar en cuenta que un área de comunicación en las Subalcaldías daría mejor servicio al vecino.

Los vecinos que no están bien informados podrían hasta llegar a exigir demandas que no tienen razón de ser, ante las autoridades municipales a través de bloqueos, marchas, huelgas, protestas de todo tipo, ya que ellos presumen que solo así serán escuchados por la falta de la presencia de los medios de comunicación y la falta de información que existen en sus barrios.

En la ciudad de El Alto, la Alcaldía central realiza los constantes cambios de Subalcaldes en los 14 distritos a causa de que puede ser por la falta de información que tienen las mismas autoridades y los vecinos del lugar, el cual termina con perjuicios para toda población en general.

Sin embargo, cabe resaltar que ninguna de las 14 Subalcaldías que existen en la ciudad de El Alto, tuvo la oportunidad de publicar una revista como medio informativo para dar a conocer a los vecinos; de los proyectos y actividades que la institución pública realiza.

El trabajo busca la sensibilización en los vecinos del distrito -3 desde la práctica de un periodismo informativo serio, pero con un lenguaje sencillo y con ilustración atrayente al lector.

La base de este trabajo se sustenta en una investigación previa a la elaboración de un muestreo estadístico (nivel de información del vecino), a través de encuestas realizadas en la zona de Villa Adela de El Alto. Además de las entrevistas a las autoridades de la Subalcaldía del Distrito 3, sobre el trabajo que desarrollan a diario, el cual es importante para la sociedad.

La revista es un diseño adecuado a las características socio-culturales del contexto. La población del distrito 3 de la ciudad de El Alto, es un área donde se concentran actividades comerciales y un potencial turístico altamente arquitectónico (cholet's). El trabajo permite mejor información para el desarrollo cualitativo de la formación en la comunidad, además de la sensibilización en los vecinos a través del producto.

La revista Boom Vecinal ¡Utha Che...! tiene un contenido de dos sectores con un máximo de 16 páginas, donde la Subalcaldía informa sobre los proyectos (obras) del primer semestre (enero a junio) de la gestión 2019, mismas que contienen fotografías que muestran temas de interés social. Así también se muestra la sección de las actividades que realiza la entidad municipal, donde el vecino debe ser más consciente en la participación y orientación de las mismas.

Sin embargo, cabe resaltar que la distribución de esta revista Boom Vecinal ¡Utha Che...! es de manera gratuita para los vecinos del sector y población en general. Resaltar que para la primera muestra se tuvo el autofinanciamiento por parte de la Subalcaldía Municipal del Distrito 3, para una cantidad de 1000 ejemplares del producto de un material de calidad y de un tamaño confortable, para su mejor visibilidad.

6.5. PRESUPUESTO.

El total requerido para la impresión de la revista es de aproximadamente 8.000 bolivianos por 1.000 ejemplares para el primer número de la revista, como la primera muestra de la Subalcaldía del distrito 3. En esta primera edición, la entidad municipal del distrito 3 autofinancia la impresión del producto para su publicación y distribución de manera gratuita a los vecinos a su debido tiempo.

6.6. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

TABLA 4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	SEP-13 2019	OCT-01 2019	FEB -12 / 17 2020	FEB-19/ 2020 MAR-16/2020 MAR-23/2020
Presentación de perfil de trabajo dirigido	■			

Defensa de perfil de trabajo dirigido		■		
Presentación del primer informe al tutor			■	
Presentación del segundo informe al tutor			■	
Presentación del 1er informe final de trabajo dirigido				■
Presentación del informe final de trabajo dirigido (corregido)				■
Defensa del trabajo dirigido				■

Fuente. Elaboración propia, 2019

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES.

Después de un arduo trabajo de campo que se realizó en la Subalcaldía del distrito 3 del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto (GAMEA), el resultado del presente Trabajo Dirigido termina con las siguientes conclusiones:

En este trabajo se promovió la publicación periódica de una revista denominada “Boom Vecinal ¡Utha Che...!” como medio informativo en la Subalcaldía del distrito 3 de la ciudad de El Alto, con el propósito de que los vecinos conozcan los proyectos y actividades municipales en aras del fortalecimiento institucional.

Lo más importante de la publicación periódica de la revista, fue de que los vecinos reciban información sobre las obras y actividades que realizó la Subalcaldía del distrito 3 durante el primer semestre de la gestión 2019, porque los vecinos desconocen de tales trabajos ejecutados.

Lo que más ayudó a generar este trabajo, fue la colaboración en datos estadísticos e información de documentos municipales sobre las obras que dio a conocer la Subalcaldesa del distrito 3 a través de los responsables ediles, porque sólo así se pudo mostrar una información verídica para los vecinos quienes son los lectores y puedan acceder a una información oportuna.

Lo más difícil por el que se atravesó para lograr diseñar la revista fue en la maquetación del producto, ya que es moroso y para mucha paciencia en la parte tecnológica al incluir los detalles que una revista contiene, porque solo a través de la misma, el lector podrá recibir orientación, sensibilización, e información acerca de los trabajos en su distrito, tal es que la revista debe llamar la atención del lector.

Sin embargo, queda mucho trabajo por hacer, ya que la población creará demanda en seguir informado acerca de los trabajos que realiza la subalcaldía, de modo que los que tienen acceso a la revista tendrán una visión integral de este producto que ayudará a sensibilizar a la población en el cuidado y conocimiento de las obras, además de la participación en ciertas actividades que realiza la institución pública.

Así también, se logró evidenciar que el diagnóstico estableció la falta de información en los vecinos del distrito 3 acerca de las obras y actividades que realiza la Subalcaldía, por lo que se planteó la publicación de una revista como medio informativo para comunicar y sensibilizar a la población, y los mismos sean parte de la solución a los problemas que se suscitan a diario.

La experiencia de poder publicar una revista para los vecinos, con el fin de que conozcan las obras y que ellos deban cuidar, es una etapa donde se realizó una investigación exhaustiva para obtener datos importantes, ya que el vecino no tiene acceso a este tipo de información con facilidad. La revista que se publicó, de alguna manera, mitigó la desinformación que vive la población del distrito 3.

La información de las actividades en instituciones públicas son una necesidad, es necesario que todas las personas conozcan infinidad de servicios, beneficios, proyectos que contribuyen a hacer su vida cotidiana más sencilla.

Cabe resaltar que cada decisión que se tomó en la Subalcaldía del distrito 3 afectó a toda la población, tales como por ejemplo la reducción del plan operativo anual (POA) de cada zona. Por tanto, conocer las actividades y trabajos que realizó la institución pública ya fue una manera de participar y conformar una identidad como ciudadanos. La información sobre las acciones y propuestas de los que conducen esos organismos en instituciones públicas generó la participación ciudadana y el ejercicio democrático.

Se logró determinar que la realidad muestra que la tecnología se integró, sin desplazar ni eliminar a los medios tradicionales, cada nueva tecnología termina integrándose al sistema mediático general.

Así también, se llegó a conocer de quienes trabajaron con la información pública, tienen un compromiso con la ética y son responsables de todo lo que hacen para que la población acceda a datos que podrían cambiar su vida. Todo aquello que no visualiza la institución pública, es una pérdida cuantificable en el bienestar público.

Cualquier sistema social, por el hecho de existir, tendría que tener actividades de intercambio de información, de enlace, de interrelación, tanto internas como externas. Al haber actividades de comunicación, necesariamente habrá procesos de comunicación que se darán, existan o no estructuras específicamente diseñadas para realizarlos. Por ello, resulta necesaria la creación de estructuras de comunicación e información en toda institución.

Finalmente se podría decir que toda institución pública o privada, necesita de un sistema de comunicación que informe, organice, ordene, coordine y haga eficiente los procesos de comunicación, posibilitando así a la institución el realizar sus propósitos. Este trabajo de grado que promueve la publicación de la revista Boom Vecinal ¡Utha Che...! en la Subalcaldía del distrito 3, tratará de imponer un estilo de información institucional a lo que de otra manera sería caótico.

RECOMENDACIONES.

Como proyectista de la revista “Boom Vecinal ¡Utha Che...!” se recomienda con los siguientes criterios: En el primer caso, las instituciones públicas, privadas o empresas que permiten la realización de Trabajos Dirigidos deben prestar más atención a las personas que realizan algún proyecto o alguna propuesta comunicacional para una entidad, para ello se deben facilitar las herramientas de trabajo que permitan realizar un trabajo cualificado, porque las implementaciones comunicacionales son aportes importantes para fortalecer una institución, por lo tanto deben ser considerados meritorios.

La revista “Boom Vecinal ¡Utha Che...!” como una estructura de prensa escrita debe ser ampliada para ofrecer una información permanente sobre los beneficios de los programas, proyectos y actividades que realiza la Subalcaldía del distrito 3 del GAMEA y de esa manera pueda ofrecer una información permanente a la sociedad de la ciudad de El Alto, y que estos puedan ser imitados por las demás instituciones.

La información que se presente en esta revista debe buscar fortalecer la gobernanza local, además de contribuir con los compromisos asumidos en la agenda actual, con sus objetivos de desarrollo sostenible al ofrecer datos fiables y desglosados para la mejor comprensión del lector y a la motivación para el desarrollo urbano sostenible.

El nivel de información que tienen los vecinos sobre las obras y actividades que la Subalcaldía del distrito 3 realiza, puede mejorar gradualmente si las autoridades colocan en práctica el uso de este medio informativo en la institución pública. Es vital la participación de las autoridades en la base de la información para la comunicación.

Se propone replicar este trabajo en los demás distritos de la ciudad de El Alto, en base a las investigaciones que se efectuó en este trabajo, para conseguir resultados óptimos con la participación de la comunidad vecinal.

Finalmente, se está seguro que si en el trabajo de elaboración de planes, programas y otras actividades mucho más completas y coherentes con la realidad tecnológica y mediática de hoy en día, reforzará la credibilidad institucional.

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

BIBLIOGRAFÍA

- 1) AMADO, Adriana S.
(2005). *Prensa y Comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Ed. Machi. (Primera edición)
- 2) BELTRÁN, Luis. R.
(2005). *La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo*. Buenos Aires, Argentina: Nueva Imagen.
- 3) BELTRÁN, Luis R.
(2012). *Democracia y Comunicación*. La Paz: Ed. SIFDE. (Primera edición)
- 4) BARRAGÁN, Rossana (Coord)
(2003). *Guía para la Formulación y Ejecución de Proyectos de Investigación*. La Paz; PIEB (Tercera edición).
- 5) CASTILLO, Alba.
(2017). *La revista informativa, un soporte impreso en el campo de la publicidad*. Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Ciencias de la Comunicación, Guatemala, (Trabajo de Tesis).
- 6) CORDERO, Esther y Mendoza Shomara.
(2017) *Gestión Y Administración De La Revista De La Carrera De Bibliotecología Y Ciencias De La Información En La Producción De Artículos Científicos*. Universidad Mayor de San Andrés, La Paz – Bolivia, (Tesis de Grado).
- 7) CONTRERAS, Martha A. & Galán, Jorge M.
(2013). *Creación de la revista institucional educación activa* Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca, Ecuador. (tesis de pregrado).

- 8)** CASTELLS, Manuel
(2009). *Comunicación y poder*. Madrid, Editorial Alianza S. A.
- 9)** CHUQUIMIA, Ryder C.
(2005). *Diseño del Proyecto y Desarrollo de la Actividad Investigativa Científica*. La Paz.
(Segunda Edición).
- 10)** EZEQUIEL, Ander-Egg.
(1995). *Técnicas de Investigación Social*. España: Ed.Lumen. Armentia
- 11)** FUENMAYOR, Alejandro E.
(2004). *El Derecho de acceso de los ciudadanos a la información pública*. Oficina de la UNESCO para América Central: ed. San José C. R. (Primera edición)
- 12)** FERNÁNDEZ, Francisco.
(2009). *Principios de sociolingüística y sociología del lenguaje*. Barcelona: (cuarta edición)
- 13)** GUERRERO, Leonardo R.
(2016). *El Diseño Editorial - Guía para la realización de libros y revistas*. Universidad Complutense de Madrid, España Facultad de Bellas Artes (Máster Universitario en Diseño).
- 14)** GOBIERNO Autónomo Municipal de El Alto (GAMEA)
(2015). *Atlas geográfico del Municipio de El Alto*. El Alto: “Marino”. Secretaría Municipal de Planificación de Desarrollo.
- 15)** GOBIERNO Autónomo Municipal de El Alto (GAMEA)
Subalcaldía del distrito Municipal 3 de la ciudad de El Alto.

- 16)** HURTADO, Eduardo.
(2000). *Metodología en estudios de comunicación y mercadeo*. México. Ed. Diana.
- 17)** HERNÁNDEZ, Roberto S. (director)
(2013). *Metodología de la investigación*. México; ed. Best seller (Quinta edición).
- 18)** LASSWELL, Harold D.
(1985). *Sociología de la comunicación de masas: Estructura y función de la comunicación en la sociedad*. Barcelona; Gustavo Gilli (tomo II)
- 19)** LOZANO, José R.
(1996). *Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas*. México, (Primera Edición)
- 20)** OPORTO, Víctor O.
(2015). *El proceso de la investigación en ciencias Sociales*. La Paz, ed. La Pesada. (Primera edición)
- 21)** ORTIZ, Pedro & Zhiminaicela, J. P
(2013). *Creación, diseño y producción de la revista experimental para la carrera de comunicación social*. Universidad de Cuenca, Ecuador. (Proyecto de Grado).
- 22)** QUINTANA, Marina
(2013). *Creación de una Revista Informativa Turística para la Parroquia La Merced* Universidad Central del Ecuador, Quito- Ecuador. (Tesis De Grado).
- 23)** RODRÍGUEZ, C., Obregón, R., y Vega, J.
(2002). *Estrategias de comunicación para el cambio social*. Ecuador, Quito: Friedrich – Ebert- Stiftung.

- 24)** SCHEINSOHN, Daniel.
(2011). *El poder y la acción a través de comunicación estratégica: cómo mover los hilos para que las cosas sucedan*, Buenos Aires, Argentina. Ed. Granica.
- 25)** TORRICO, Erick.
(1993). *Apuntes Teórico – Técnicos*. La Paz- Bolivia. Ed. Copyright: (Segunda Edición).
- 26)** TORRICO, Erick V.
(2016). *Comunicación de las matrices a los enfoques*. La Paz. (primera edición)
- 27)** Torrico, Erick.
(2004). *Abordajes y Periodos de la Teoría de la Comunicación*. Colombia: Editorial Grupo Norma.
- 28)** TORRES, Daniel y Cabezas, Álvaro
(2010-2013). *Cómo publicar en revistas de impacto: consejos y reglas sobre publicación científica*. España
- 29)** TAMAYO y Tamayo, Mario.
(2009). *Diccionario de la Investigación Científica*. México: Editorial Limusa.
- 30)** TINTAYA, Porfidio.
(2008). *Proyectos de Investigación*. La Paz-Bolivia: Editorial I.E.B.
- 31)** USERO, Irene.
(2013-2014). *Proyecto De Diseño Editorial: Concepción De La Revista May Y Prototipo Impreso. Análisis De Casos*. Facultad de Bellas Artes de San Carles Grado. (Tesis final de grado).
- 32)** VILLAVICENCIO, Saíd.
(2010). *El Trabajo Dirigido en Comunicación*. La Paz-Bolivia: (s/e).
- 33)** ZAPATERRA, Yolanda.
(2008). *Diseño editorial, periódicos y revistas*. Barcelona: Gustavo Gili

Páginas web

- ANÓNIMO. Definición de revistas. Recuperado de <https://infopuntoyseguido.wordpress.com/revistas/>
- ANÓNIMO. Origen de la Revista. Recuperado de www.ull.es/publicaciones/latina Revista Latina de Comunicación Social. Año III. No. 31.
- ANÓNIMO. *Las revistas. Recuperado de <https://www.marketingdirecto.com/anunciantes-general/medios/alcance-las-revistas-subio-15-ultimo-trimestre>*
- ANÓNIMO, *La revista- tesis PDF. Recuperado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldf/saucedo_r_kl/capitulo1.pdf*
- ANÓNIMO. Revista institucional. Recuperado de <http://www.gropeimprensa.com/boletines-blog/189-revista-institucional.html>. (27 marzo, 2013, párr. 1)
- ANÓNIMO. Importancia de la Revista. .Recuperado de: <http://kd-comunicaciones.blogspot.com/2006/06/la-importancia-de-las-revistas.html>. (19 de junio, 2006, párr. 1)
- ANÓNIMO. Función de la revista. Recuperado de <http://rolando-rp.blogspot.com/2012/05/revista-institucional-para-que-sirve.html>
- AINZÚA Larrañaga, Felipe Andrés; González Díaz, Cristina Iné .(Tesis Pregrado). Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/138141>
- ANÓNIMO. (2013). *Concepto de estrategias y sus características*. Recuperado de <https://es.slideshare.net/PameSevilla/concepto-de-estrategias-y-sus-caracteristicas>
- ANÓNIMO. *Comunicación democrática*. Recuperado de <http://poneleun10.com.ar/category/comunicacion-democratica/>

- ANÓNIMO. (2013). La comunicación es un pilar para el desarrollo de la democracia- Luis Ramiro Beltrán: *La Razón*. Recuperado de http://www.la-razon.com/index.php?url=/sociedad/Luis-Ramiro-Beltran-comunicacion-democracia_0_1929407119.html
- ANÓNIMO. (2019). *Tipos de investigación*. Recuperado de <https://www.significados.com/tipos-de-investigacion/>
- ARIAS, Fidias. El proyecto de investigación- Investigación Descriptiva según autores. Ed.episterna (7ma edición). Recuperado de <https://tesisplus.com/investigacion-descriptiva/investigacion-descriptiva-segun-autores/>
- BLOG Corporativo K&D Comunicaciones LTDA. (2006). Revista institucional. Recuperado de: <http://kd-comunicaciones.blogspot.com/2006/06/la-importancia-de-las-revistas.html>
- CASTILLO P. Freddy W. (2012). *El concepto de estrategia*. Asociación de Egresados y Graduados de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de <http://blog.pucp.edu.pe/blog/freddycastillo/2012/03/14/el-concepto-de-estrategia/>.
- CONOCIMIENTO explicativo. Recuperado de <https://www.monografias.com/docs/Conocimiento-explicativo-FK4M3XUFCDU2Y>
- FUNES, Martina. (2014). *Por qué es necesaria la comunicación en las instituciones públicas*. Recuperado de <https://www.losandes.com.ar/article/por-que-es-necesaria-la-comunicacion-en-las-instituciones-publicas>
- FERNANDO And Rad e Ruiz. (2001). *Comunicación Y Democracia*. Recuperado de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-2762001000100007
- GALINDO, J. (2011). *Reseña de "Estrategias de Comunicación" de Rafael Alberto Pérez Razón y Palabra. Redalic. Presentación general*. Recuperado de <dfile:///D:/Users/Windows10/Desktop/libros/LIBRO%20de%20Galindo%20ESTRATEGIA%20COMUNICACIONAL.pdf>
- GROPE, (2013). *Revista institucional- una imprenta diferente*. Recuperado de: <http://www.gropeimprenta.com/boletines-blog/189-revista-institucional.html>

- GRANOLLERS, Toni (2014). *Observación de campo*. Recuperado de <http://mpiua.invid.udl.cat/observacion-de-campo/>
- HERNÁNDEZ, Jesús A. Herrera. (2017). *Análisis funcional de la comunicación*. Recuperado de <https://www.lacuadrauniversitaria.com/blog/analisis-funcional-de-la-comunicacion-segun-charles-wright>
- JULIÁN, Pérez & María, Merino (2009). *Definición de Revista*. Recuperado de: <https://definicion.de/revista/>
- LÓPEZ, Julián. (2018). *¿Cuál es tu plan para conquistar el mundo?* Recuperado de <https://medium.com/@julianlopez/que-es-una-estrategia-de-comunicaci%C3%B3n-210bf83c9e48>.
- LARRAÑAGA, Ainzúa; Andrés, Felipe; Díaz, González; Inés, Cristina; (1998) *La revista institucional: un acercamiento hacia los aspectos teóricos y prácticos*. Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/138141>. (Tesis Pregrado)
- PAUL, Lazarsfeld y Elihu Katz. Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_de_dos_pasos
- PÉREZ, Julián. (2008-2012). *Definición de diseño*. Recuperado de <https://definicion.de/disenio/>.
- PÉREZ, Julián P. y Gardey Ana. (2008). *Definición de método*. Recuperado de <https://definicion.de/metodo/>
- RAFFINO, María Estela. (2019). *Concepto de Diseño*. Argentina. Recuperado de <https://concepto.de/disenio/>
- ROLANDO. (2012). *Revista Institucional ¿Para qué sirve?*. Recuperado de <http://rolando-rp.blogspot.com/2012/05/revista-institucional-para-que-sirve.html>

- SALA, Cristina Valdés J. (2017). *La Comunicación para el Desarrollo: conceptos, aproximación histórica y características generales*. Recuperado de http://janusonline.pt/images/anuario2017/2.3.6_CristinaVald%C3%A9s_Comunicaci%C3%B3n_Desarrollo.pdf

ANEXO 1

ENCUESTAS

ANEXO 2

ENTREVISTAS

ANEXO 3

LA REVISTA

“BOOM VECINAL ¡Utha Che...!”