



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA Y SU  
UTILIDAD EN LECTORES DE LA REVISTA HOREB

BENÍTEZ CABRERA ALFREDO DE JESÚS  
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA  
2018



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA Y  
SU UTILIDAD EN LECTORES DE LA REVISTA HOREB

BENÍTEZ CABRERA ALFREDO DE JESÚS  
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA  
2018



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

EXAMEN COMPLEXIVO

CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA Y SU UTILIDAD EN  
LECTORES DE LA REVISTA HOREB

BENÍTEZ CABRERA ALFREDO DE JESÚS  
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

VIVEROS AGUILAR DIANA CAROLINA

MACHALA, 02 DE JULIO DE 2018

MACHALA  
02 de julio de 2018

**Nota de aceptación:**

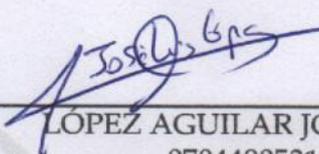
Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA Y SU UTILIDAD EN LECTORES DE LA REVISTA HOREB, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



Diana Viveros

---

VIVEROS AGUILAR DIANA CAROLINA  
0704799154  
TUTOR - ESPECIALISTA 1



José Luis López

---

LOPEZ AGUILAR JOSÉ LUIS  
0704490531  
ESPECIALISTA 2



Karol Elizabeth Galvez

---

GALVEZ PALOMEQUE KAROL ELIZABETH  
0704718303  
ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: miércoles 18 de julio de 2018 - 09:13

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** COMPLEXIVO\_ABENITEZ.docx (D40207319)  
**Submitted:** 6/15/2018 7:51:00 PM  
**Submitted By:** abenitez\_est@utmachala.edu.ec  
**Significance:** 0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0

## CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, BENÍTEZ CABRERA ALFREDO DE JESÚS, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA Y SU UTILIDAD EN LECTORES DE LA REVISTA HOREB, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

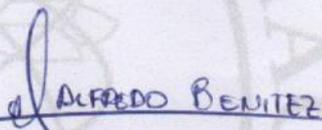
El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 02 de julio de 2018



ALFREDO BENÍTEZ

BENÍTEZ CABRERA ALFREDO DE JESÚS  
0705823326

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación se desarrolló en la ciudad de Machala y trata sobre las características de la comunicación alternativa y su utilidad en los lectores de la revista Horeb que tiene una sección orientada al cáncer.

En la ciudad muy poco se habla de comunicación alternativa, es por ello que para este estudio, se ha identificado una revista, cuyo contenido está orientado a educar y brindar información a los afectados por la enfermedad del cáncer, sus familias y al entorno que se preocupa por esta temática. Para identificar las características de la revista, los valores que promueve y si los contenidos en temas de salud plasmados en el medio son de interés y tienen la aceptación de sus lectores, se emplearon dos técnicas de recolección de datos que fueron la encuesta y el focus group. De esta manera se concluye que los lectores consumen la revista porque los temas en salud son de su interés, además, la información que leen a través del medio es útil debido a que pueden educarse en base a los temas planteados ayudando en su crecimiento personal. Asimismo, se pudo identificar que la revista promueve valores como la responsabilidad social y el amor a sí mismos. Una de las características más sobresalientes fue que utiliza un lenguaje adecuado y de fácil entendimiento. Se recomienda que este tipo de comunicación alternativa sea tomando en cuenta para que las personas se informen oportunamente sobre temas de salud.

**PALABRAS CLAVES:** Comunicación alternativa; usos y gratificaciones; alfabetización mediática; desarrollo social; comunicación y salud.

## **ABSTRACT**

This research work was developed in the city of Machala and discusses the characteristics of alternative communication and its usefulness in the readers of Horeb magazine which has a section aimed at cancer.

In the city is very little spoken of alternative communication, so that for this study, a magazine, whose content is aimed at educating and providing information to those affected by the disease of cancer has been identified, their families and the environment who cares about this topic. To identify the characteristics of the magazine, the values promoted and if content on health issues in the medium are of interest and they have the acceptance of its readers, two techniques were used for data collection that were the survey and focus group. This way one could conclude that readers consume magazine because health issues are of interest, moreover, the information that they read through the medium is useful since can educate yourself based on the issues raised in your personal growth. It could also be identified that the magazine promotes values such as social responsibility and love themselves. One of the most outstanding features was that it uses a language proper and easy understanding. It is recommended that this type of alternative communication is taking into account that persons be promptly informed on health issues.

**Keywords:** Alternative communication; uses and gratifications; media literacy; social development; communication and health.

## ÍNDICE CONTENIDO

<b>RESUMEN</b> .....	3
<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	5
1.1 ANTECEDENTES.....	5
1.2 TEMA.....	5
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA O PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	5
1.4 OBJETIVOS.....	6
Objetivo general.....	6
Objetivos específicos.....	6
1.5 CONTEXTUALIZACIÓN.....	6
1.6 JUSTIFICACIÓN.....	7
<b>2 MARCO CONCEPTUAL</b> .....	7
2.1 COMUNICACIÓN ALTERNATIVA.....	7
2.2 USOS Y GRATIFICACIONES.....	8
2.4 ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA.....	9
2.5 COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO.....	9
2.6 COMUNICACIÓN PARA LA SALUD.....	10
2.7 TEMAS DE SALUD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	10
<b>3. METODOLOGÍA</b> .....	11
<b>4. RESULTADOS</b> .....	11
<b>CONCLUSIONES</b> .....	12
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	13
<b>REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA</b> .....	14
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	14
<b>ANEXOS</b> .....	16
<b>ANEXO #1: RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS</b> .....	16
<b>ANEXO #2: MATRIZ DE EVALUACIÓN DE ENTREVISTA</b> .....	20
<b>ANEXO #3: FOTOS</b> .....	21
<b>ANEXO #4: ENCUESTA</b> .....	22

## **1. INTRODUCCIÓN**

### **1.1 ANTECEDENTES**

Como señala Coronel (2014) en su artículo sobre la teoría de Usos y gratificaciones, esta “adquiere un carácter individual en la cual se vincula la elección/categorización de medios y fuentes a la necesidad de cubrir desde las más simples hasta las más complejas necesidades” tales como: educarse, informarse y entretenerse, pero ¿es posible la educación a través de los medios de comunicación alternativos?

En la ciudad de Machala, hace 3 años, surge un medio de comunicación alternativa denominada “Horeb”, una revista con contenido Formativo-Informativo, orientada a la educación en temas de salud y buen vivir. Horeb surgió como una estrategia comunicativa de la Fundación “María José Lemos”, el nombre es en honor a una mujer cuya experiencia de vida ha ayudado a dar una esperanza a muchas personas. María José Lemos es considerada, por quienes la conocen, como una mujer luchadora, digna de admirar, debido a que gracias a su perseverancia logró vencer el cáncer de Tiroides diagnosticado en el año 2014. Es a partir de este acontecimiento que se crea dicha Fundación, la cual asesora y brinda asesoramiento a quien padezca de cáncer.

Según la fundadora, la revista permite a los lectores tener una visión distinta a la tradicional en cuanto a la información que leen en otros medios, debido a que su contenido trata asuntos de interés social, cultural, familiar y donde básicamente se abordan temas humanistas y de salud, especialmente sobre el cáncer de tiroides. De esta forma, su fundadora asegura que ayuda a los lectores de la misma a asimilar la enfermedad en caso de tener algún familiar o amigo que la padece.

### **1.2 TEMA**

Las características de la comunicación alternativa y su utilidad en los lectores. Un caso de estudio es la revista Horeb que tiene una sección orientada a temas de cáncer.

### **1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA O PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

En la provincia de El Oro muy poco se habla de comunicación alternativa y hay desconocimiento sobre la presencia de medios impresos que ofrezcan un contenido diferente, orientado especialmente a dar espacio a grupos “vulnerados” o “minoritarios”. Para este estudio, he identificado una revista, cuyo contenido está orientado a educar y brindar información a los afectados por la enfermedad del cáncer, sus familias y al entorno que se

preocupa por esta temática. Ante esta realidad me he planteado la siguiente pregunta de investigación:

¿Las características que identifican a la revista Horeb como medio de comunicación alternativo son de utilidad para sus lectores?

## **1.4 OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

- Analizar las características de la comunicación alternativa y su utilidad en los lectores, tomando como referencia de estudio la revista Horeb, que tiene una sección orientada a temas de cáncer.

### **Objetivos específicos**

- Identificar las características de la revista Horeb, los valores y antecedentes que la identifican como un medio de comunicación con contenido alternativo.
- Analizar si los contenidos en temas de salud plasmados en el medio de comunicación alternativo “Horeb” son de interés y tienen la aceptación de sus lectores.

## **1.5 CONTEXTUALIZACIÓN**

El trabajo se desarrolla en la ciudad de Machala, uno de los lugares en donde se distribuye el producto comunicacional, sin embargo, se procede a realizar un viaje a la ciudad de Guayaquil (lugar donde vive actualmente la entrevistada) para entrevistar a profundidad a la Lcda. María José Lemos, directora general de la revista “Horeb” con el fin de conocer los antecedentes de la misma. Asimismo, mediante entrevista online, en la ciudad de Machala, efectuar una entrevista con el asesor de comunicación, el Lcdo. Fabricio Cuenca. Esto con el fin de conocer lo planteado en los objetivos del proyecto.

## **1.6 JUSTIFICACIÓN**

Es importante y curioso realizar este tipo de investigación debido a que en las charlas que María José Lemos imparte sobre su experiencia de vida, manifiesta que con sus conferencias y con los mensajes difundidos en la revista, ayudan a “abrazar” y/o asimilar la enfermedad del cáncer no solo de los que la padecen, sino de su núcleo familiar; sin embargo, no hay estadísticas que lo demuestren, es por eso que, a través del caso de estudio se pretende analizar si los contenidos en temas de salud son de utilidad y ayudan a los lectores a educarse por medio de la información que se difunden en el producto comunicacional impreso. Por

otra parte, identificar cuáles son los valores que se busca impartir o posicionar en el lector a través de la revista.

Dentro de la investigación se pudo identificar datos curiosos, uno de ellos es que es un medio de comunicación alternativo por difundir información que no es “común” en los medios tradicionales, ya que en Horeb se abordan temas con enfoques humanistas, de salud, especialmente sobre el cáncer. Asimismo, se pudo conocer que la labor social que Lemos realiza es de distribución gratuita.

## **2. MARCO CONCEPTUAL**

### **2.1 COMUNICACIÓN ALTERNATIVA**

Como menciona Valenzuela (2015, p. 46):

(...) la comunicación alternativa se caracteriza por fomentar, cultivar y defender la expresión de aquellos a quienes se les ha negado en virtud de su condición de oprimidos; de subalternos subordinados al poderío del capital y a los mensajes producidos por los grandes medios comerciales de comunicación de masas, aparece para hacerle frente a una manera de asumir y entender la comunicación que ha hecho carrera a lo largo de varios siglos.

Si bien es cierto, la comunicación alternativa permite reconocer la voz de los actores sociales que buscan ser escuchados. Estos medios de comunicación alternativos siempre han existido y han estado vinculados al desarrollo de la sociedad. Gracias a las nuevas tecnologías y a su desarrollo, las personas pueden manifestar sus puntos de vista sobre algún tema de interés social, a través de sitios alternativos como: sitios web, blogs, foros, chats, y tradicionalmente como hojas volantes, panfletos, carteles, entre otros.

Del mismo modo, como lo subraya Abarca (2013, p. 5):

(...) estos medios de comunicación surgen como una forma de transmitir opiniones, pensamientos, sentimientos, filosofías o doctrinas sin el miedo a ser objeto de la censura, que en otros medios de comunicación tradicionales sirve de velo para cubrir los verdaderos propósitos del mensaje, es decir, denunciar lo que se considera como incorrecto.

Tanto hombres como mujeres utilizan este tipo de comunicación alternativa con el fin de fortalecer su participación en los diferentes escenarios de la sociedad, reclamando o exigiendo lo que ellos consideran justo.

Es importante aclarar mediante una entrevista realizada a Fabricio Cuenca, asesor de comunicación de Horeb, manifestó que es un medio de comunicación tradicional por ser impreso, pero, realiza una comunicación alternativa, entendida también como una manera diferente de hacer comunicación.

Es un espacio donde las personas pueden sentirse identificados con los temas que dentro de ella se tratan.

La revista tiene un tipo de comunicación alternativa básica, más investigativo. Dentro de ella se tratan temas para crear nexos, conciencia al tratar ser un aporte interesante hacia el conocimiento del lector.

Manejan la comunicación clásica (educar, informar y entretener). Abordando temáticas de interés social, cultural, familiar, básicamente abordamos más temas de salud.

## **2.2 USOS Y GRATIFICACIONES**

Según los preceptos de la Teoría de los Usos y Gratificaciones aportados por Katz, Gurevitch y Haas (1973), citado por García, Gértrudix & Gértrudix (2014, p. 6):

(...) los usuarios tienen la capacidad para actuar de forma activa ante los medios y sus mensajes, tanto para decidir cuál es el propósito que motiva su uso y lectura como para buscar en ellos la satisfacción y gratificación de determinadas necesidades.

En este sentido, podemos decir que los lectores de la revista la “consumen” como medio alternativo debido a que la información que se publica en ella es diferente a lo que publican los medios tradicionales, conocidos también como “medios masivos”, estos tienen la particularidad de llegar con sus mensajes a grandes audiencias. En el caso de la revista, esta llega a ciertos grupos de personas suscritas a la misma o por medio de charlas que imparte la Directora.

Asimismo, según Durán & Guerra (2015: 4), “cada individuo selecciona los estímulos a los que quiere responder, atendiendo a causas como sus valores, intereses y funciones sociales”, en este sentido, los lectores selecciona el medio impreso por el grado de confianza, por los valores que promueve y fundamentalmente por la utilidad de la información para sus vidas.

## **2.3 EDUCACIÓN A TRAVÉS DE MEDIOS**

En un informe del Parlamento Europeo (2008), citado por Gozávez & Contreras (2013, p. 134):

(...) la educación mediática es esencial para lograr un alto nivel de alfabetización mediática, que es una parte importante de la educación política que ayuda a las personas a fortalecer su comportamiento como ciudadanos activos y la conciencia de sus derechos y deberes.

A través de los contenidos que se difunden en los medios alternativos de comunicación se puede lograr una auténtica alfabetización mediática; es decir, una educación a través de los medios dirigida a la ciudadanía, donde los individuos llegan a tener conocimientos,

información, datos, noticias y sucesos sobre la importancia de la salud en la vida del ser humano.

Asimismo, según la *European Commission* (2009), citado por García, Gozávez & Aguaded (2014), el objetivo de la alfabetización mediática es “aumentar la concienciación de los ciudadanos sobre las múltiples formas de mensajes difundidos por los medios con que se pueden encontrar en su vida diaria”. En el caso de *Revista Horeb*, las personas que leen sus publicaciones no solo se van información, sino también educando en temas relacionados al cáncer.

## **2.4 ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA**

Para Pérez, Tornero y Varis (2012), citado por Marín, Díaz & Aguaded (2013, p. 44):

(...) la alfabetización mediática está dividida en un sistema de competencias individuales en donde la persona tiene la capacidad de usar operativamente los medios, comprender críticamente, poder evaluar la información y capacidad de crear, comunicar y participar.

Dentro de este párrafo podemos contrastar que los seres humanos utilizan los medios de comunicación para educarse, informarse o entretenerse. Porque según manifiestan Marín, Díaz & Aguaded (2013, p. 44), “los medios de comunicación tienen un fuerte impacto sobre la formación y la educación de los ciudadanos”. En el caso de la revista, busca a través de sus contenidos en la sección de salud, ayudar significativamente al entendimiento y empoderamiento de sus consumidores respecto al tema del cáncer.

## **2.5 COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

Como ya lo he mencionado, *revista Horeb* está orientada a la salud y al buen vivir, difundiendo contenidos que no son “comunes” a los de otros medios, es decir, trata asuntos más humanistas, como señala su directora María José Lemos. Hay diversidad de temas, pero se enfoca más en temas de cáncer. A través de esto, pretende educar a la ciudadanía que padece de cáncer o que tiene algún familiar o amigo con la enfermedad para que pueda asimilar la situación y acompañarlo. Incluso, en otros casos, prevenir la enfermedad cuidando su propia salud.

Para autores como Barranquero & Sáez (2015, p. 50), “lo comunicativo se sigue concibiendo no como un proceso, sino como una mera herramienta, medio o soporte útil para un fin”. Esto nos invita a reflexionar acerca de que la comunicación siempre está al servicio de algo; dicho de otro modo, *revista Horeb* utiliza lo comunicativo para el desarrollo social por medio de la difusión de información, acción que ayuda oportunamente a las personas a conocer más sobre la enfermedad.

## **2.6 COMUNICACIÓN PARA LA SALUD**

La Organización Mundial de la Salud (OMS) (1998), citado por Rojas & Jarillo (2013, p. 589), establece que “la comunicación es una estrategia clave destinada a informar a la población sobre aspectos concernientes a la salud y a mantener los temas sanitarios importantes en la agenda pública”.

Esta idea propuesta por la OMS es básicamente lo que realiza *revista Horeb* al difundir, proponer y/o promover contenidos e informaciones sobre salud, a fin de generar cambios de paradigmas mentales en los lectores en torno a los prejuicios del cáncer, ya que contiene mensajes positivos que ayudan a aceptar esta enfermedad como una oportunidad de vida.

## **2.7 TEMAS DE SALUD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Cuando se promueven temas de salud en los medios de información, se proporciona a las personas herramientas fundamentales para mejorar su salud y ejercer un control responsable en cuanto a la medicina preventiva y alternativa. Así como lo menciona Moreno (2017: 3):

(...) es indispensable que se promuevan, por interés de los propios medios, espacios permanentes de asesoramiento profesional para una proyección comunicativa estratégica dentro de la amplia diversidad de aristas y enfoques que se agrupan bajo el término salud.

Si todos los medios tradicionales de comunicación difundieran contenidos de salud, los lectores estarían al día en temas de ese enfoque. En efecto, para la difusión de estos temas se debe contar con profesionales expertos en el área, quienes son una pieza fundamental en la interpretación y en la elaboración de contenidos comprensibles para un amplio público lector.

## **3. METODOLOGÍA**

Para el caso de estudio se realizarán entrevistas a profundidad cualitativas a la Lcda. María José Lemos, directora de la revista “Horeb”, esto se hará de forma presencial en la ciudad de Guayaquil (lugar donde reside), asimismo al Lcdo. Fabricio Cuenca, asesor comunicacional de la Revista (entrevista vía online).

Se realizaron 20 encuestas a los lectores de la revista, personas que han asistido a las charlas que María José Lemos imparte y a quienes tienen familiares o conocen a personas de su entorno, que padecen o han padecido de cáncer. Cabe recalcar que dentro de esta categoría entran 3 suscriptores a la revista que de igual manera fueron encuestados. Asimismo, se realizó una sesión con un grupo de enfoque con 10 personas con familiares o conocen a alguien que padece de cáncer, mismas que fueron reunidas el día 10 de junio para ejecutar la técnica propuesta. De las 10 personas seleccionadas solo asistieron 7, por eso se procedió a encuestar posteriormente a las que no estuvieron el día correspondiente, es decir, 3 personas.

Es importante mencionar que al grupo de enfoque se les entregaron revistas para que puedan dar lectura de la misma y posteriormente, a través de lo que leyeron, ejecutar la técnica. De esta manera se pretende conocer sus opiniones sobre el contenido difundido a través del medio alternativo, con el fin de cumplir con lo planteado en los objetivos del caso de estudio. El número de revistas que se imprimen mensualmente son 5.000 ejemplares, de ese monto, 2500 son entregadas en la Provincia de El Oro y el 60% de las revistas (1500 ejemplares) es distribuido en la ciudad de Machala. Teniendo en cuenta las cifras mencionadas, se tomó la muestra del 2% para establecer la cantidad de personas a las que se les ejecutarán las técnicas planteadas. Para ello se realizó una regla de 3 simple, quedando de la siguiente manera:

$$1500 \times 2 / 100 = 30$$

En este caso, son 30 encuestas que se deberán realizar para conocer la influencia que generan los mensajes que se difunden a través de “Horeb” en sus lectores sobre temas de salud.

Es importante mencionar que para la muestra, se tomó como referencia el libro de Dagoberto Salinas llamado “¿A cuántos y a quiénes preguntar?”, publicada en la revista de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso en el año 2010.

#### **4. RESULTADOS**

La revista Horeb al ser un medio impreso de comunicación alternativa tiene las siguientes características:

- Dan espacios a los grupos “minoritarios” (personas con cáncer) y a su núcleo familiar con un contenido diferente, orientándolos en temas sobre el cáncer.
- La información difundida en el medio alternativo es de su interés, los ciudadanos encuestados consideran que se educan a través de la lectura de los contenidos en temas de salud de la revista.
- Los encuestados tienen prioridad por el estar y verse bien.
- Promueven diferentes valores como: responsabilidad social, amor a sí mismos, fe y la unión familiar. Su contenido es humanista.
- El contenido de la información difundida en la revista, es clara y de fácil comprensión. La redacción no utiliza palabras técnicas que dificulten la lectura.
- Las personas recomiendan la revista debido a que trata de problemáticas que se viven dentro de la sociedad.
- El 53% de los encuestados respondió que SÍ conocía la revista y el otro 47% respondió que NO.

- El 93% de las personas coincidieron en que sí deberían crear revistas con contenidos educativos que ayuden a formar una sociedad con lógica, actuando con responsabilidad.

## **CONCLUSIONES**

- Los lectores consumen la revista Horeb porque los temas de salud son de su interés y la consideran de utilidad porque ayudan en su crecimiento personal, permitiéndoles tener conocimientos sobre problemáticas sociales.
- Una de las características por la que las personas consumen la revista es porque tienen un lenguaje claro y de fácil comprensión.
- Los valores que promueve la revista en los lectores en la sección orientada al cáncer son la responsabilidad social con un la fe, la unión familiar, el amor a sí mismos.
- En su totalidad, las personas sí comprarían la revista por el tipo de contenido que difunde.
- El staff de la revista se preocupa en seleccionar los temas que se difundirán en la revista.
- La revista aporta con contenido orientado a educar y brindar información a los afectados por la enfermedad del cáncer.
- El 93% de encuestados coincidieron en que sí deberían crear revistas con contenidos educativos que ayuden a formar una sociedad con lógica, actuando con responsabilidad ante diferentes situaciones.
- Hay personas que esperan recibir más medios que promuevan la comunicación alternativa.
- Hay interés en cuanto al contenido, pero no hay notoriedad de la revista.
- En este sentido, la revista cumple las características de un medio con contenido alternativo permite conocer temas que los medios tradicionales no difunden ayudando a las personas a educarse socialmente.

## **RECOMENDACIONES**

- Es importante que la revista Horeb se mantenga con el estilo de redacción humanista, debido a que las personas se sienten identificadas con los temas que en ella se abordan.

- Actualmente las personas están haciendo uso de las nuevas tecnologías, por ello es necesario que la revista Horeb pueda digitalizarse para que a través de un “clic”, los usuarios puedan consumir el contenido alternativo, ayudando a otros a su crecimiento personal.
- Debería haber un convenio con varias instituciones en la ciudad de Machala para que la revista Horeb pueda ser difundida porque existe el interés por parte de la ciudadanía ayudando de tal manera a la notoriedad de la misma.
- Es relevante que existan revistas en la sociedad que puedan ser referentes para otros, de esta manera se puede apoyar al desarrollo de la sociedad, aumentando el nivel de conocimientos de los individuos.

## REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

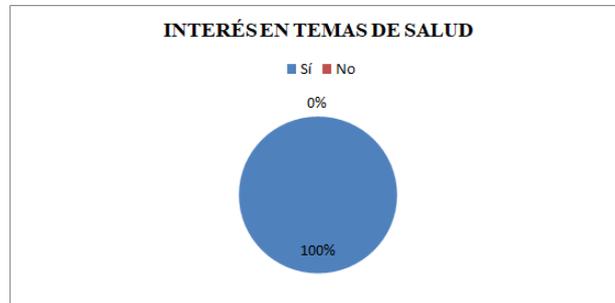
- Abarca, S. (2013). Las redes sociales como instrumento de mediación pedagógica: Alcances y limitaciones. . *Actualidades Investigativas en Educación*, 5.
- Barranquero, A., & Sáez, C. (2015). Comunicación y buen vivir La crítica descolonial y ecológica a la comunicación para el desarrollo y el cambio social. *Palabra Clave*, 50.
- Coronel, A. (13 de febrero de 2014). *Teoría de usos y gratificaciones*. Obtenido de Mediosfera: <https://mediosfera.wordpress.com/2014/02/13/teoria-de-usos-y-gratificaciones/>
- Cuenca, F. (31 de mayo de 2018). *Google Drive*. Obtenido de <https://drive.google.com/open?id=1B8jA5u7Wu9w-mJtsrfe50M1IMAJm-TrF>
- Durán, M., & Guerra, J. (2015). Uso y tendencias adictivas de una muestra de estudiantes universitarios españoles en la red social tuenti. *Scielo*, 4.
- García, F., Gértrudix, M., & Gértrudix, F. (2014). Análisis de la incidencia de la dieta de servicios digitales en la utilidad y confianza de la información en internet en los jóvenes universitarios. *Comunicación y Sociedad*, 6.
- García, R., Gozávez, V., & Aguaded, I. (2014). La competencia mediática como reto para la educomunicación: instrumentos de evaluación. *Cuadernos.inf*, 2.
- Gozávez, V., & Contreras, P. (2013). Empoderar a la ciudadanía mediática desde la educomunicación. *Comunicar*, 134.
- Lemos, M. J. (4 de junio de 2018). *Google Drive*. Obtenido de <https://drive.google.com/drive/folders/1B8jA5u7Wu9w-mJtsrfe50M1IMAJm-TrF?usp=sharing>
- Marín, I., Díaz, E., & Aguaded, I. (2013). La competencia mediática en niños y jóvenes. *Chasqui*, 4.
- Moreno, Y. (2017). Tratamiento de los temas de salud en los medios de información en Cuba. *Scielo*, 3.
- Ramírez, S. (2016). Cáncer: una esperanza de vida. *Informativo CEI*, 6.
- Rodríguez, K. (2017). *Investigación 360*. Obtenido de <https://www.investigacion360.com/2017/02/ejemplo-matriz-de-congruencia-de-la-investigacion.html>
- Rojas, S., & Jarillo, e. (2013). Comunicación para la salud y estilos de vida saludables: aportes para la reflexión desde la salud colectiva. *Interface - Comunicação, Saúde, Educação*, 589.
- Urbina, D. (julio de 2015). *Monografías.com*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos105/modelo-ava-gestion-inventarios-programa-gestion-empresarial-del-sena/modelo-ava-gestion-inventarios-programa-gestion-empresarial-del-sena.shtml>
- Valenzuela, C. (2015). Comunicación alternativa: Las encrucijadas del discurso desarrollista. *Mediaciones*, 46.

## ANEXOS

### ANEXO #1: RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

#### ¿Le interesa el contenido de la revista en cuanto a temas de salud?

¿Le interesa el contenido de la revista en cuanto a temas de salud?



FUENTE: Encuesta

ELABORACIÓN: Alfredo Benitez.

Dentro de este gráfico se puede evidenciar que el 100% de los encuestados toman mucho en cuenta la información sobre temas de salud, tienen prioridad por el estar y verse bien, a su vez les interesa conocer más sobre la temática para de tal manera superar miedos, inseguridades, elevar el autoestima y sobre todo, cómo sobrellevar una situación de esta naturaleza.

¿Considera que la revista utiliza un lenguaje claro y de fácil comprensión?



FUENTE: Encuesta

ELABORACIÓN: Alfredo Benitez.

Para el 100% de las personas que de una u otra manera han leído el contenido de la información difundida en la revista, es clara y de fácil comprensión. La redacción no utiliza palabras técnicas que dificulten la lectura.

¿Cree que el contenido que leyó es útil para su vida?

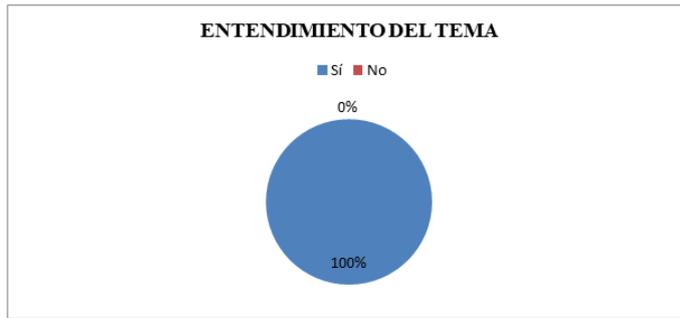


FUENTE: Encuesta

ELABORACIÓN: Alfredo Benitez.

En la contestación a esta interrogante, se puede denotar que para el 100% de los encuestados, el contenido de la revista es de gran utilidad para sus vidas, debido a que las historias plasmadas, están basadas en hechos reales. Además, los lectores pueden replicar fácilmente lo aprendido a sus familias, acatando consejos positivos, orientación, asimilando la enfermedad, tomando precauciones, saber qué hacer y a dónde acudir.

**¿A través de la lectura de los artículos, considera que aprendió un poco más sobre el tema del cáncer?**



FUENTE: Encuesta

ELABORACIÓN: Alfredo Benitez.

Evidentemente, con un 100% de contestación, los ciudadanos encuestados consideran que se educan a través de la lectura de los contenidos en temas de salud de la revista.

**¿Qué valores promueve la información que leyó?**



FUENTE: Encuesta

ELABORACIÓN: Alfredo Benitez.

El valor que más sobresale en el gráfico es la responsabilidad social con un 39%, le sigue la fe con 24%, con un 21% la unión familiar, el amor a sí mismos con un 16% y sin porcentaje alguno la opción "ninguno". Estas cifras nos llevan a reflexionar que los contenidos de la revista sí aportan significativamente en sus lectores. |

**¿Qué valores promueve la información que leyó?**

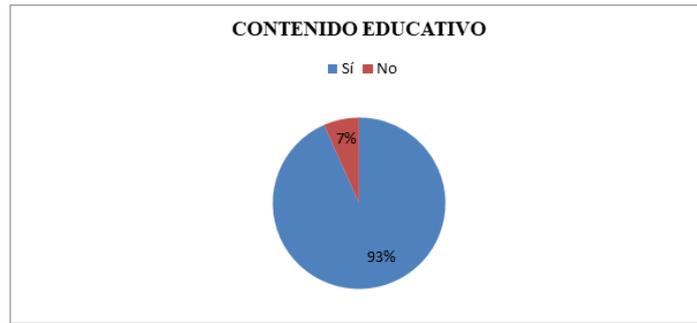


FUENTE: Encuesta

ELABORACIÓN: Alfredo Benitez.

El valor que más sobresale en el gráfico es la responsabilidad social con un 39%, le sigue la fe con 24%, con un 21% la unión familiar, el amor a sí mismos con un 16% y sin porcentaje alguno la opción "ninguno". Estas cifras nos llevan a reflexionar que los contenidos de la revista sí aportan significativamente en sus lectores.

**¿Piensa Ud. que debería existir revistas con contenidos más educativos?**



FUENTE: Encuesta

ELABORACIÓN: Alfredo Benítez.

El 93% de las personas coincidieron en que sí deberían crear revistas con contenidos educativos que ayuden a formar una sociedad con lógica, actuando con responsabilidad ante diferentes situaciones. Asimismo, se permitirán conocer temas que los medios tradicionales no difunden. La difusión de este tipo de revistas, ayudan a las personas a educarse socialmente. El 7% respondió que no deberían existir este tipo de revistas porque en la actualidad las personas se educan más con contenidos audiovisuales.

## ANEXO 2: MATRIZ DE EVALUACIÓN DE ENTREVISTA

### ANEXO #2: MATRIZ DE EVALUACIÓN DE ENTREVISTA

Tabla 1. La siguiente matriz de valoración de entrevista es de autoría propia con la idea de Urbina (2015) & Rodríguez (2017), dentro de ella se muestran las preguntas y respuestas realizadas a la Lcda. María José Lemos en base a los objetivos del proyecto, de tal manera se podrá contrastar si cumple o no con el fin de la revista en los lectores.

ENTREVISTA DA	OBJETIVO	PREGUNTA	RESPUESTA	¿CUMPLE?	
				SI	NO
MARÍA JOSÉ LEMOS, DIRECTORA GENERAL – REVISTA HOREB	Identificar las características de la revista Horeb, los valores y antecedentes que la identifican como un medio de comunicación con contenido alternativo.	¿Cómo nace la Revista Horeb? ¿Cuáles son las características principales de la revista? ¿Qué valores promueve?	Nace a raíz de una campaña social iniciada en 2015, luego de que a María José Lemos se le haya detectado cáncer de tiroides en el 2014. Durante ese año hubo esa lucha y superación constante en cuanto a su salud. Participó en una Escuela de liderazgo en la cual ganó una beca en la primera promoción y producto de eso se desarrolló un proyecto enfocado en redes sociales que luego se llevó a charlas continuas dirigidas y profesionalizadas con el contenido de la superación del cáncer de Tiroides. Durante la charlas, vio la necesidad de dejar algo impreso y fue ahí donde decidió hacer la revista, misma que ayudaría a que el mensaje llegue no solamente al que escucha la charla, sino que se lo lleve a su hogar y lo pueda socializar en familia. Las características principales por las que personas leen la revista es porque el contenido en cuanto a temas de salud es muy bueno, enfocándose a problemas que se viven dentro de nuestra sociedad; utiliza un lenguaje adecuado y es de fácil entendimiento. Aborda temas con enfoques humanistas, con mensajes positivos que ayudan a “abrazar” y/o asumir la enfermedad de la persona que padece de cáncer y de su núcleo familiar. Los valores que más sobresalen son la responsabilidad social, valores como la fe, la unión familiar, el amor a sí mismos.	X	
	Analizar si los contenidos en temas de salud plasmados en el medio de comunicación alternativo “Horeb” son de interés y tienen la aceptación de sus lectores.	¿El contenido difundido en esa sección específicamente es útil en la vida de cada lector? ¿Considera que la gente se educa al leerla? ¿Cómo sabe Ud. que la revista es del agrado de las personas con cáncer y sus familiares? ¿Cómo sabe si ellos realmente asimilan y “abrazan” la enfermedad de manera positiva al leerla?	Si, se abordan temas que hoy por hoy todos lo tienen, todos lo conocen pero no se sabe qué hacer. Contiene testimonios reales. Se habla principalmente de la tiroides (glándula que regula todo el organismo). En ella se trata sobre qué hacer, cómo detectarlo, síntomas, qué exámenes hacerse, qué pasa en los niños y adultos, etc. Ayuda a la ciudadanía a conocer sobre el cáncer, es decir, educarse a través de lo que leen, generando de tal manera conciencia en la sociedad. Influye de manera positiva debido a que en la actualidad algún familiar o amigo cercano puede padecer de la enfermedad y, a través de lo que escuchan o leen, ayudan a asimilar el cáncer, tanto para el que la padece, como para el núcleo familiar. Lemos manifestó que durante las charlas siempre hay personas que necesitan atención médica porque se enteran del cáncer y se ponen en contacto con la Fundación, y es ahí donde mide que sus mensajes son positivos pero da las charlas que imparte, mas no de los contenidos de la revista, ahí no tiene datos estadísticos que lo demuestren.	X	

### ANEXO 3: FOTOS



Entrevista presencial con la Lcda. María José Lemos en la ciudad de Guayaquil (donde reside).



Focus group con familias que vivieron o conocieron de cerca un caso de una persona con cáncer.



Ing. Oshman Aguilera, Director Zonal de Estadística del Ecu-911.



---

---

7. ¿Ud. compraría la Revista?

Por su contenido	
Por su diseño	
No compraría la revista	

¿Por qué?

---

---

8. ¿Conoce o conocía Ud. sobre la revista "Horeb"?

SÍ                      NO

9. ¿Piensa Ud. que debería existir revistas con contenidos más educativos?

SÍ                      NO

¿Por qué?

---

---

10. ¿Este tipo de revistas ayudan a la transformación cultural educativa?

SÍ                      NO