

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI



UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

TESIS DEGRADO

TEMA:

“ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES EN EL MANEJO DE LA INFORMACIÓN POLICIAL DE LA JEFATURA DE TRÁNSITO DEL CANTÓN LATACUNGA PARA LOGRAR NIVELES ACEPTABLES DE CREDIBILIDAD EN LOS CIUDADANOS QUE HABITAN Y TRABAJAN EN EL CENTRO DE LA CIUDAD. DURANTE EL PERIODO COMPRENDIDO ENTRE AGOSTO A OCTUBRE DEL 2010”.

“Tesis presentada previo a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación Social”

AUTORA:

Solórzano Sánchez Sonia Jacqueline

DIRECTOR DE TESIS:

Lic. Falconí Suárez Franklin Eduardo

Latacunga – Ecuador
Abril, 2011

AUTORIA

Del contenido de la presente tesis titulada: **“ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES EN EL MANEJO DE LA INFORMACIÓN POLICIAL DE LA JEFATURA DE TRÁNSITO DEL CANTÓN LATACUNGA PARA LOGRAR NIVELES ACEPTABLES DE CREDIBILIDAD EN LOS CIUDADANOS QUE HABITAN Y TRABAJAN EN EL CENTRO DE LA CIUDAD. DURANTE EL PERIODO COMPRENDIDO ENTRE AGOSTO A OCTUBRE DEL 2010”**, se responsabiliza la postulante, porque es producto de la investigación realizada en diferentes fuentes que se mencionan en la bibliografía; y, de la reflexión de la misma.

POSTULANTE:

.....
Solórzano Sánchez Sonia Jacqueline
C.I: 120387664-2

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema:

"Estrategias comunicacionales en el manejo de la Información Policial de la Jefatura de Tránsito del Cantón Latacunga para lograr niveles aceptables de credibilidad en los ciudadanos que habitan y trabajan en el centro de la ciudad. durante el periodo comprendido entre agosto a octubre del 2009", de Solórzano Sánchez Sonia Jacqueline, postulante de la carrera Comunicación Social, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, septiembre, 2010

El Director

.....
Lic. Franklin Eduardo Falconí Suárez

DEDICATORIA

Dedico este esfuerzo a DIOS, y en especial a mis hijas Lisseth y Daniela; para que mi esfuerzo y sacrificio sea ejemplo de superación y siempre recuerden que el hecho de ser madre, e hija con más obligaciones y responsabilidades, no truncan jamás mis sueños; por el contrario que mi ejemplo sirva para formar sus mentes y su personalidad.

Sonia

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar el más profundo agradecimiento a las autoridades y docentes de la Universidad Técnica de Cotopaxi; Institución que me abrió sus puertas y me brindó la oportunidad de perfeccionar mis conocimientos científicos, académicos y humanos en beneficio de la Policía de Tránsito y la sociedad latacungueña.

En especial a mi director de tesis y amigo Lic. Franklin Falconí S., quién con sus sabios conocimientos, paciencia y dedicación me apoyó en la elaboración del presente trabajo de investigación.

La Autora

TEMA:

“ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES EN EL MANEJO DE LA INFORMACIÓN POLICIAL DE LA JEFATURA DE TRÁNSITO DEL CANTÓN LATACUNGA PARA LOGRAR NIVELES ACEPTABLES DE CREDIBILIDAD EN LOS CIUDADANOS QUE HABITAN Y TRABAJAN EN EL CENTRO DE LA CIUDAD. DURANTE EL PERIODO COMPRENDIDO ENTRE AGOSTO A OCTUBRE DEL 2010”.

Autora:

Sonia Jacqueline Solórzano Sánchez

RESUMEN

En este nuevo milenio, donde predomina la globalización y la tecnología de punta, se impone la necesidad cotidiana y permanente de mejorar la información que emiten las policías del mundo a sus ciudadanos, como integrantes de la aldea global. Esta tecnología hace posible transmitir y recibir información en tiempo real. Específicamente en el cantón Latacunga, también se siente el rechazo y la desconfianza de la población hacia la Policía. Por una serie de actos que se han cometido en esta ciudad, los ciudadanos en su mayoría no creen en los miembros del orden, consideran que cuando se encuentra un policía inmerso en algún delito ellos no informan con transparencia a la colectividad.

Es por ello que en la presente investigación se ha planteado un objetivo principal que es Diseñar estrategias comunicacionales en el manejo de la información policial de la Jefatura de Tránsito del cantón Latacunga, para lograr niveles aceptables de credibilidad en los ciudadanos que habitan y trabajan en el centro de la ciudad. El trabajo que se lo emprende requiere del apoyo de los ciudadanos y Policías de Tránsito del cantón debido a que si no se realiza actividades claras y precisas de información tendremos a futuro una sociedad con mucha más desconfianza en los miembros del orden esto conllevará a que la población se aleje de los uniformados, permitirá que la delincuencia se incremente que los ciudadanos se sientan más desprotegidos, y no existirá un buen ambiente de armonía y paz.

ABSTRACT

SUMMARY

In this new millennium, where prevails the globalization and the high technology, the improving of information that the policemen emit from the world to their citizens is a permanent necessity imposed daily. This technology makes possible to transmit and to receive information in real-time, specifically in Latacunga. It feels also the rejection and the population's distrust toward the Police.

For a series of acts that the police have been made in this city, most of citizens don't believe in the members of the order, they consider that when a policeman is in some crime they don't inform with transparency to the collective.

For that reason, the present investigation it as a main objective that is to Design comunicacionales strategies in the management of police information of the latacunga's traffic headquarters, to achieve acceptable levels of credibility in the citizens that inhabit and work in the downtown.

The work requires the support of the citizens and the Latacunga's traffic policemen because, the population will take away from the policemen if there is not clear information, the delinquency will be increased and the citizens will feel without protection, and there won't be a peace and harmony atmosphere.

AVAL DE REVISIÓN DEL ABSTRACT

A solicitud de Solórzano Sánchez Sonia Jacqueline, postulante al Título de Licenciada en Comunicación Social, perteneciente a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi. Certifico haber realizado la revisión y las correcciones necesarias en el “ Abstract”, del tema “COMMUNICATIVE STRATEGIES IN THE HANDLING OF THE POLICE INFORMATION OF LATACUNGA TRAFFIC HEADQUARTERS TO ACHIEVE ACCEPTABLE LEVELS OF CREDIBILITY IN THE CITIZENS WHO LIVES AND WORKS IN THE DOWNTOWN DURING THE PERIOD AUGUST TO OCTOBER OF THE 2010.”

Latacunga, 05 de abril, del 2011

La Profesora

Lic. Myrian Chiluisa T.
C.I. 050265506-1

INTRODUCCIÓN

La presente TESIS está dirigida a que los hombres policíacos puedan tener una relación directa entre el nivel de desarrollo de un pueblo a través de la comunicación que se pueda brindar a los ciudadanos. Es un trabajo motivacional para que se abra las expectativas para una investigación profunda sobre un hecho real y esencial entre la sociedad y la Institución Policial, procurando en todo momento que lo sencillo no vaya en desmedro de lo científico sirva de fundamento para resolver los problemas que se creen complicados, a través de un esquema sencillo.

Esta investigación titulada. “Estrategias comunicacionales en el manejo de la información policial de la Jefatura de Tránsito del cantón Latacunga para lograr niveles aceptables de credibilidad en los ciudadanos que habitan y trabajan en el centro de la ciudad”, es enfocada en tres capítulos en cada uno de los cuales se aborda temas que son desarrollados con la debida responsabilidad y con el soporte de fuentes bibliográficas y documentales que confiere al documento la respectiva credibilidad y originalidad.

Por lo anteriormente mencionado la presente investigación se encamina a determinar:

¿Qué estrategias comunicacionales son las más adecuadas en cuanto al manejo de la información de la Jefatura de Tránsito del cantón Latacunga, para lograr niveles aceptables de credibilidad?

Para la realización de la presente investigación se planteó el siguiente objetivo:

Diseñar estrategias comunicacionales en el manejo de la información policial de la Jefatura de Tránsito del cantón Latacunga, para lograr niveles aceptables de credibilidad en los ciudadanos que habitan y trabajan en el centro de la ciudad. Durante el periodo comprendido entre agosto a octubre del 2010.

Considero que mi tesis es muy importante primeramente porque es un trabajo original no se ha realizado otro similar en la Universidad Técnica de Cotopaxi ni en la Policía de Transito del cantón.

Las preguntas directrices, permiten armonizar los diferentes elementos de la presente investigación. El desarrollo de la investigación plantea las siguientes interrogantes:

- ¿Cuáles son los contenidos teóricos-conceptuales que explican el problema de la información policial y la credibilidad ciudadana?
- ¿Cuáles son las principales causas que están limitando a la Policía de Tránsito de Latacunga para emitir una buena información a los ciudadanos?
- ¿Qué estrategias comunicacionales serán más apropiadas para el manejo de la información policial de la Jefatura de Tránsito del cantón Latacunga?

Las variables utilizadas en esta investigación son la independiente, Estrategias comunicacionales en el manejo de la información policial. Y la dependiente Credibilidad ciudadana.

Los métodos utilizados en la presente investigación son: investigación de campo descriptiva y Análisis documental.

Las técnicas utilizadas en el proceso de investigación son la observación, y la encuesta.

El diseño de la investigación elegido por la autora del presente estudio es No Experimental porque no puede ser sometido a comprobación de experimentos.

En el Capítulo I. Se desarrolla la temática del Marco Teórico, comenzando con los antecedentes de la investigación. En éstos se destaca, con irreprochable franqueza las debilidades que tiene la institución policial en materia de comunicación, transparencia y credibilidad ciudadana. Se pone como ejemplo, la incompleta información - a veces

tergiversada - sobre los acontecimientos del Caso Fybeca, que han puesto en el ojo del huracán los informes de la policía, cuestionados por los investigadores de varios medios de comunicación.

El Capítulo II. Contiene el análisis e interpretación de resultados de las encuestas aplicadas a los ciudadanos que habitan en el centro de la ciudad y a los policías de tránsito, además los métodos, técnicas y materiales utilizados durante el trabajo de investigación.

El Capítulo III. Este capítulo de la tesis, explica el Marco Propositivo que habrá de coadyuvar al desarrollo de la investigación. Los recursos humanos, a más de la investigadora estarán constituidos por varios miembros de la institución policial, un grupo seleccionado de ciudadanos del centro de la ciudad de Latacunga. Junto a estos recursos que son los más importantes, se adscriben los financieros, que serán aportados por la investigadora.

En definitiva el trabajo investigativo sirvió como un aporte a la Policía Nacional de Tránsito y porque no decirlo a la sociedad latacungueña.

Frente a la problemática descrita en los acápites anteriores existió factibilidad de desarrollar la presente investigación para dar solución a los problemas antes mencionados.

Por su parte la Universidad Técnica de Cotopaxi a través la Carrera de Comunicación Social presenta ofertas de investigación a la colectividad.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Portada	i
Autoría	ii
Aval del Director de Tesis	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Resumen	vi
Abstract	vii
Aval de Revisión del Abstract	viii
Introducción	ix
Índice	xii
CAPÍTULO I	1
1. Antecedentes	1
1.2. Categorías fundamentales	3
1.3. Marco teórico	4
1.3.1. Comunicación	4
1.3.2. Elementos de la comunicación	4
1.3.3. Clases de comunicación	8
1.3.4. Formas de comunicación	10
1.4. Comunicación social	11
1.5. Comunicación organizacional	12

1.6. Comunicación institucional	13
1.7. Planificación de la comunicación	15
1.8. Credibilidad ciudadana	15
1.9. Información	16
1.10. Medios masivos	17
1.11. Información policial	20
1.11.1. Clases de información policial	21
1.11.2. Procesos de la información policial	22
1.11.3. Medios que utiliza la policía para emitir la información	22
1.11.4. Recopilación de la información policial	23
1.2. Estrategias comunicacionales	23
CAPÍTULO II	26
2.1. Breve caracterización de la Jefatura de Tránsito del cantón Latacunga	26
2.2. Caracterización de la metodología empleada (tipo de investigación, métodos aplicados, población o muestra, técnicas utilizadas, instrumentos aplicados, procedimiento para el procesamiento de los resultados).	26
2.2.1. Tipo de investigación	27
2.2.2. Metodología	27
2.2.3. Unidad de estudio	28
2.2.4. Métodos y técnicas	29
2.3. Caracterización de las variables utilizadas, (operacionalización de variables).	30
2.4. Análisis e interpretación de resultados	33

2.4.1. Análisis de los criterios de los ciudadanos que habitan y trabajan en el centro de la ciudad.	33
2.5. Análisis de los criterios de los miembros de la Policía nacional de tránsito de Latacunga.	39
CAPÍTULO III	46
3.1. Datos informativos.	46
3.2. Antecedentes.	47
3.3. Justificación.	47
3.4. Objetivos de la propuesta.	49
3.5. Análisis de factibilidad.	49
3.6. Fundamentación.	50
3.7. Descripción de la propuesta	53
3.8. Plan Operativo.	54
3.9. Evaluación de la Propuesta.	54
3.10. Manual de comunicación social	55
Conclusiones	61
Recomendaciones	62
Bibliografía	63
Anexos y gráficos	67

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

El trabajo investigativo podría determinarse como un plan piloto en la Institución Policial de Tránsito del cantón Latacunga, por cuanto revisados archivos a nivel cantonal no se ha encontrado que en la Policía existan trabajos anteriores, similares o iguales al que en esta ocasión se pretenda realizar. De la Investigación efectuada al interior de los servicios policiales se determina que ni en su alma mater (Escuela Superior de Policía Gral. Alberto Enríquez Gallo) se ha realizado algún estudio sobre la comunicación de la institución y la credibilidad ciudadana que ésta genera.

Poca investigación existe en las escuelas de especialización y Escuela de Estado Mayor, en los temas de comunicación, y nada sobre temas de transparencia y credibilidad ciudadana. Esta falta de investigación ha influido directamente en que la información policial que se emite para conocimiento de la ciudadanía, refleje una falta de transparencia, varios medios de comunicación social, en sus distintos informativos televisivos, radiales y artículos de prensa, la critiquen contundentemente.

El diario El Universo, el 22 de diciembre del 2003, en su página A-6 manifiesta que el operativo policial del caso Fybeca "es una compleja red de cabos sueltos", y en uno de sus párrafos establece que la falta de claridad en la información policial genera ciertas especulaciones.

El miércoles 17 de diciembre del 2003, en el diario "El Comercio", en la Pág. 7 se manifiesta que el Mayor Eduardo González, "mantiene que el operativo Fybeca fue por

coincidencia”. Lo que no concuerda con otras declaraciones de altos jefes policiales, determinándose falta de transparencia en su información.

Diario El Universo del 17 de diciembre del 2003, en su titular de la Pág. 6, dice: “González: Se evitaron 50 muertes”, lo que se contradice con otras informaciones en las cuales se indica que en la farmacia no existía mucho público.

Diario El Tiempo, del 15 de diciembre del 2003, en su Pág.8, genera varias interrogantes sobre la información policial en el operativo del caso Fybeca:

“¿Por qué si el agente Erick Salinas iba a su trabajo, cerca de la farmacia Fybeca (La Alborada), donde fue el operativo, donde murieron 8 personas, no se da el nombre ni la ubicación de la empresa?”

“¿Por qué si los presuntos desaparecidos (Johnny Gómez, César Mata y Edwin Vivar), supuestamente están prófugos en Perú, como sostiene la abogada de Luz María Pico, la Policía no ha solicitado a su similar la búsqueda y captura en ese país?”

“¿Por qué el Comandante General de la Policía, Jorge Poveda, niega que coordinaba acciones con el mayor González, jefe del operativo en la farmacia Fybeca, cuando varios de los policías detenidos, confirmaron que González se comunicó con él a las 06h30, del 19 de noviembre en la Policía Judicial?”

“¿Por qué el abogado del Policía Sergio Gaibor, Raúl Llerena, dice que el Nissan Panthfinder de color rojo,, se quedó hasta el final del operativo (12h00), cuando el equipo de El Universo, observó que el auto se fue casi a las 09h00? “

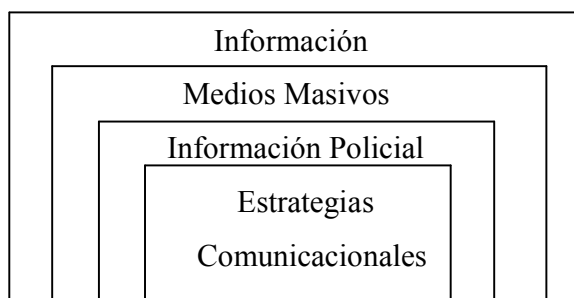
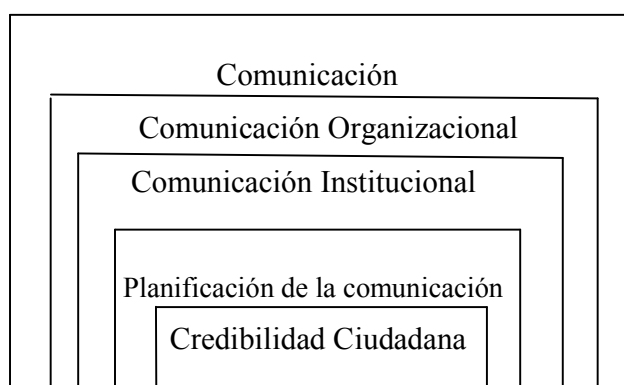
Diario El Tiempo, del 09 de diciembre del 2003, en su Pág... 8, titula: "mayor González dijo que no necesitaba permiso para actuar en el caso Fybeca". Esto contradice las normas institucionales de la Policía Nacional, que informan que los operativos se efectúan bajo una

planificación y autorización, o sea no existe claridad en las informaciones emitidas oficialmente al público.

Todos estos acápite mencionados,, dirigen claramente a la existencia de una falta de transparencia en las informaciones policiales, esto incide en la credibilidad ciudadana.

Antecedentes que han servido de base para determinar la presencia de un problema en la información policial que se emite a la colectividad, y la falta de investigación y verificación de los hechos por parte de los comunicadores sociales que trabajan para la Institución Policial. Con estos antecedentes se establece que no existen trabajos de ninguna clase sobre esta materia, por lo tanto este es un trabajo original.

1.2. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES



1.3. MARCO TEÓRICO

1.3.1. COMUNICACIÓN

Etimológicamente, la palabra comunicación se deriva del latín "communicare", que puede traducirse como "poner en común", compartir algo VILLAMAR. C. José, Síntesis de la Historia Universal de la Comunicación, Pag.51

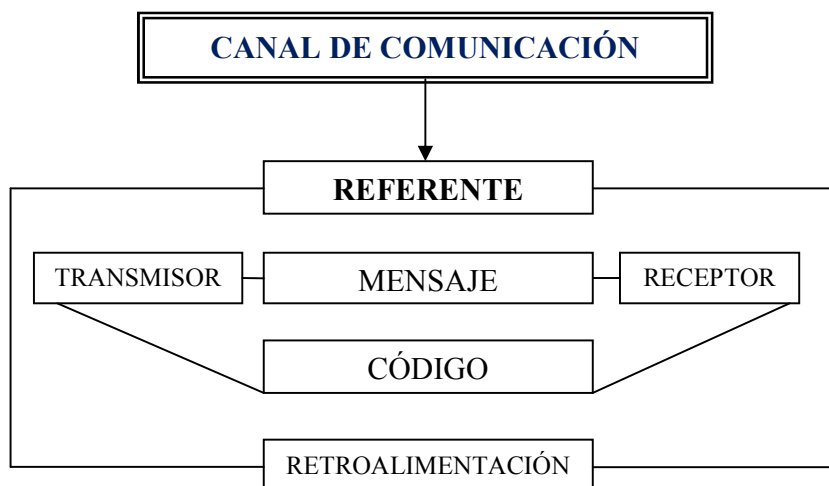
La comunicación es un proceso de interrelación entre dos o más personas, donde se transmite una información desde un emisor que es capaz de codificarla en un código definido hasta un receptor, el cual decodifica la información recibida, todo eso en un medio físico por el cual se logra transmitir, con un código en convención entre emisor y receptor, y en un contexto determinado. Puedo afirmar incluso que las comunicaciones constituyen en muchos casos, el principio conservador-inductor de comportamientos sociales. BASTARDAS BOADA, Albert (1995). Comunicación humana y paradigmas holísticos, CLAVES de razón práctica, 51, pp. 78-80.

La postulante considera que la comunicación es el acto por el cual un individuo establece con otro un contacto que le permite transmitir una información, es un proceso privilegiado y único que identifica el comportamiento humano.

1.3.2. Elementos de la comunicación.

Para que exista una adecuada comunicación deben cumplirse los siguientes parámetros que establece David Berlo; en su libro Pedagogía de la Comunicación:

“Toda comunicación tiene por objeto la transmisión de un punto a otro, de un mensaje o información. Los elementos que intervienen en la transmisión de la información constituyen un conjunto, un sistema de comunicación, como puede serlo cualquiera de los medios modernos de “información de masas” (televisión, cine, prensa, radio, etc.) cuyo esquema se lo puede graficar de la siguiente manera:



Con base en el esquema de un sistema de comunicación, explicaremos cada uno de los elementos constitutivos y las diferentes funciones que desempeñan:

-El Código

Es el conjunto de señales y reglas de combinación y funcionamiento, del cual se valen los sistemas de comunicación para transmitir los mensajes: En el lenguaje este código equivale a la lengua o idioma y está formada por una serie de signos o símbolos vocales:

Es natural que para que haya comunicación el código o lengua debe ser común al transmisor o el receptor, ya que justamente la función del transmisor es cifrar los signos del código para transmitir una información, y la del receptor es descifrar o codificar el mensaje

recibido: DANCE, Frank. Teoría de la Comunicación Humana. Edit. Troquel. Buenos Aires. 1973. Pp391- 417.

La postulante considera que el código permite al emisor elaborar el mensaje y al receptor interpretarlo. El emisor y el receptor deben utilizar el mismo código. La lengua es uno de los códigos más utilizados para establecer la comunicación entre los seres humanos.

-El transmisor

También se llama emisor: Es quien emite el mensaje y selecciona y cifra los signos del código para ser transmisible la información: Puede ser un individuo o un grupo de individuos: Tratándose del lenguaje, el emisor está representado en la persona del hablante:

La investigadora considera que el transmisor es aquel que emite una señal, código o mensaje a través de un medio.

- El receptor

Es quien recibe y descifra la información del transmisor: Es el oyente en el lenguaje. En el receptor está centrada la función conativa del lenguaje, que consiste en todas aquellas expresiones que en los mensajes llaman la atención al receptor directamente. Microsoft ® Encarta ® 2009. “La comunicación”

La tesista sostiene que el receptor es la persona que recibe el mensaje a través del canal y lo interpreta.

- El canal de comunicación

Es la guía o medio por el cual circulan o se llevan los mensajes. Es el aire en el lenguaje. Por ser el medio que sirve para establecer el contacto entre el hablante y el oyente.

La investigadora coincide con esta conceptualización que el canal es el elemento físico que establece la conexión entre el emisor y el receptor. (Microsoft Encarta 2009 Biblioteca Premium).

- El mensaje

Es el objeto mismo de la comunicación, está constituido por el contenido de la información transmitida, es la información codificada y enviada por el transmisor al receptor a través del canal. En el mensaje, está centrada la difusión poética del lenguaje, relacionada con el ritmo, la sonoridad, la tonalidad, el juego de estructura que posee todo mensaje.

La postulante sostiene que el mensaje es la información que el emisor envía al receptor.

-El referente

Es el contexto, la situación y todos aquellos objetos reales a los cuales alude la información transmitida. El referente será textual cuando está formado por el contenido mismo de la información, o situacional, si alude a las circunstancias mismas del hablante y del oyente al momento de transmitida. ÁLVAREZ GARZÓN, Lorena, “Introducción a la comunicación”, módulo. Pág. 32.

La tesista considera que el referente se refiere a la entidad referida por un elemento designativo.

-La retroalimentación

Tiene lugar cuando el transmisor o hablante conoce las respuestas y la reacción que su mensaje en el receptor u oyente. Se dice que la comunicación se cumple a cabalidad una vez que se ha efectuado el fenómeno de la retroalimentación, es decir, la respuesta y

reacción por parte del oyente "mientras el hablante no sepa si su información llegó o no a sus destino y no tenga conciencia de la reacción que ella produjo, la comunicación se ha verificado solo a medias". ÁLVAREZ GARZÓN, Lorena. "Módulo de comunicación institucional" periodo marzo/septiembre 2003.

Una vez explicado los elementos que constituyen un sistema de comunicación con sus funciones respectivas y diferentes, se puede entender porque el lenguaje humano no son solo se considera como el sistema de información más rico, más ágil y versátil que se conozca, sino además, superior a los otros sistemas en la medida en que sus mensajes pueden ser transmitidos a otros códigos diferentes sin limitación alguna de tiempo ni de espacio.

1.3.3. Clases de comunicación

La complejidad de la comunicación ha permitido a los estudiosos de la misma clasificarla en diferentes formas a la comunicación siendo una de ellas la:

- Directa e indirecta
- Recíproca y unilateral
- Privada y pública

- **Comunicación Directa.-** Es una forma de comunicación sin intermediarios de persona a persona a grupos, a través del lenguaje oral.

- **Comunicación Indirecta.-** Es la comunicación que utiliza o se basa en intermediarios.

- Directa e indirecta
- Recíproca y unilateral
- Privada y pública

- **Comunicación Directa.-** Es una forma de comunicación sin intermediarios de persona a persona a grupos, a través del lenguaje oral.
- **Comunicación Indirecta.-** Es la comunicación que utiliza o se basa en intermediarios caracterizada por una distancia temporal o por una espacial, uno de los mejores ejemplos de esta la podemos establecer en la palabra escrita o impresa solo espacial con simultaneidad temporal en la emisión en la recepción o percepción, así podemos establecer al utilizar el teléfono en la comunicación, al utilizar la radio para emitir las informaciones y la televisión para transmitir información visual y hablada, hallándose separado los receptores u oyentes en espacio y tiempo, tratándose de la transmisión de mensajes por escritura e imprenta. mediante cuadros, discos, películas, revistas, folletos, pancartas, radio y televisión por lo tanto se puede establecer que la comunicación social es generalmente una comunicación indirecta.

<http://www.ajeasturias.com/V2/Control/file/COMPYTE/Herramienta%20Comunicacion%20indirecta.pdf>

- **Comunicación Recíproca y Unilateral.-** Si hablamos de este tipo de comunicación, tenemos que pensar continuamente en que por una parte se está transmitiendo y por otra percibiendo los mensajes y se puede diferenciar cuatro combinaciones entre "recíproca - unilateral" y "directa e indirecta" Recíproca directa es la comunicación personal, cara a cara , y una comunicación recíproca indirecta es aquella que utilizamos un medio para enlazamos con el oyente, es decir al comunicamos a través del teléfono o conversar por radio. Unilateral Directa, se puede establecer este tipo de comunicación en una conferencia. Y Unilateral Indirecta a través de la palabra inscrita, en un periódico, carta, telegrama, libro, discos, cine, televisión, etc.
- **Comunicación Pública y Comunicación Privada.-** Estas clases de comunicación, específicamente la pública se la realiza sin ninguna restricción ante un grupo de personas o individuos, y también puede utilizar diferentes medios de comunicación

social para llegar a los públicos preceptores; a diferencia de la comunicación privada que vendría a manejarse bajo ciertos esquemas de secretismo entre las personas, y también puede utilizar alguna forma o medio de comunicación como el teléfono.

La tesista considera que la comunicación pública determina la calidad de las relaciones sociales, al establecer las formas de acceso a la información y al ejercicio de las libertades de opinión y expresión en las discusiones sobre las preocupaciones y controversias de interés público. Y la comunicación privada como su nombre lo indica es de carácter privado o personal.

1.3.4. Formas de comunicación

Se puede considerar como primeras formas de comunicación, los sonidos y grabaciones que utilizó el hombre para comunicarse con los demás. Cuando éste descubre otros núcleos humanos que habitan a distancia aparecen los instrumentos de percusión que permiten el envío y recepción de sonidos, obedeciendo a clases de identificación, sin embargo, en la medida que el hombre expande el radio de acción se encuentra con limitaciones que la mantienen incomunicado. El hombre, en su afán de poder comunicarse a distancia, explora varias alternativas y en esta búsqueda relacionada con la comunicación, y en particular con el hecho de comunicarse, se puede identificar dos etapas, anterior al descubrimiento de la electricidad y otra posterior a este suceso. (www.monografias.com/comunicación).

Correo.- El Antiguo Testamento hace referencia a ciertos tipos de cartas, las cuales eran entregadas por conocidos portadores de misivas que corrían de una a otra ciudad constituyen este servicio un correo primitivo. Esta forma de comunicación estuvo presente en las antiguas civilizaciones antes de Cristo, tales como el Imperio Persa, en Grecia en el Imperio Romano y en la China. En épocas posteriores a la llegada de Cristo permanecieron estas formas de comunicación a distancia, y respecto a las civilizaciones existentes en

América, antes de la conquista, se tiene conocimiento del correo de los chasquis utilizado por los Incas.

Teléfono.- Luego del descubrimiento de la electricidad, hubo muchos intentos por utilizarla para poder transmitir mensajes a larga distancia A finales del siglo XIX, y principios del siglo XX, se efectúan varios experimentos que dan origen al apareamiento del telégrafo y posteriormente del teléfono, descubrimientos importantes en el desarrollo de las comunicaciones. El teléfono, descubierto por Alexander Graham Bell, se basa en un mecanismo por el cual la corriente eléctrica varía en intensidad, tal como varía de densidad el aire cuando por él pasa un sonido, permitiendo transportar cualquier sonido y la voz, de un lugar a otro distante.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicacion%C3%B3n>

1.4. COMUNICACIÓN SOCIAL

Es la interrelación entre los individuos, proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes, mediante sensaciones o procesos imaginarios o conceptuales que son transmitidos recíprocamente, incluyendo a la comunicación ordinaria por medio de los sentidos, expresadas por el lenguaje, la palabra escrita, el gesto, la expresión facial y la actitud corporal. (Diccionario Océano Uno. Edición 2002).

Según Shannon y Weber, la comunicación es la transmisión de un mensaje desde un emisor hasta un receptor. SHANNON Y WEBER, “Mathematical Theory of Communication”, 1949.

La postulante considera que la comunicación es la interrelación entre los seres humanos, es una relación directa de persona a persona, la comunicación es un campo de estudio inter y trans disciplinario ya que puede ser estudiado desde la Psicología, Sociología, Antropología, Economía etc.

El autor Antonio Pasquali, dice que la comunicación ocurre cuando hay “Interacción recíproca entre los dos polos opuestos de la estructura relacional (Transmisor - Receptor)” realizando la “ley de bivalencia”, en la que todo transmisor puede ser receptor, todo receptor puede ser transmisor. PASQUALI, Antonio. Comprender la Comunicación. Monte Ávila Editores. Caracas, 1979. Pp. 33-63.

“Es la correspondencia de mensajes con posibilidad de retorno mecánico entre polos igualmente dotados del máximo coeficiente de comunicabilidad”.

La postulante valora esta definición de Pasquali porque los únicos entes capaces de presentar comportamientos comunicacionales y sociales, de transmitir y recibir intelectual y sensorialmente son los racionales, (los seres humanos). Pero es una comunicación lineal.

Según Frank Dance dice: que la comunicación es el estudio de la teoría y principios... del origen, emisión, recepción e interpretación de mensajes...” independientemente de la cantidad y de la calidad de mensajes emitidos.

La postulante considera que Dance, no le da mucha importancia a la diferenciación de Pasquali, porque para él todo lo que implique interacción es comunicación, el concepto de Dance es muy genérico, el de Pasquali es concreto y específico.

1.5. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

El autor Rafael Amores dice que la comunicación organizacional es aquella que instauran las instituciones y forman parte de su cultura o de sus normas. En las empresas existe la comunicación formal e informal.

La comunicación dentro de las organizaciones consiste en una actividad dinámica, en cierta forma en constante flujo, pero que mantiene cierto grado de identificación de estructura.

La postulante considera que Rafael Amores en el tema “COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL”, hace énfasis en la instauración de las instituciones en la cultura y sus normas ya que es una actividad dinámica.

Según José Carlos Losada Díaz (2004), la comunicación organizacional es un género comunicacional que por su forma y contenido intenta personalizar, distinguir y hacer conocer a una institución. Es aquella que se desarrolla en el seno de una institución, destinada a interconectar tanto a los públicos internos como externos y a ambos entre sí. Constituye un proceso permanente que la organización debe asumir y desarrollar. De la buena relación con sus públicos depende el éxito de la gestión institucional.

La proponente sostiene que la comunicación organizacional es un género comunicacional. Porque tiene como objetivo establecer relaciones de calidad entre la institución y los públicos con quienes se relaciona, adquiriendo una notoriedad social e imagen pública adecuada a sus fines y actividades.

La comunicación organizacional según Thayler y Carlos Fernández Collado: “es aquel flujo de datos que sirve a los procesos de comunicación e intercomunicación de la organización”.

Los autores antes mencionados se enfocan en las técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización.

1.6. COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

La Comunicación Institucional es aquella que se realiza de modo organizado por una institución y dirigida a las personas y grupos del entorno social donde realiza su actividad. Su objetivo es establecer relaciones de calidad entre la institución y los públicos a los que se dirige, dándose a conocer socialmente y proyectando una imagen pública adecuada a sus fines y actividades. http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n_Institucional"

Su nacimiento va ligado a la aparición de las instituciones. La comunicación institucional ha evolucionado desde las instituciones en las antiguas tribus nómadas, que unían esfuerzos para cazar. Conforme evolucionaban las sociedades iban creando sus propias instituciones que respondían a funciones muy diversas: de defensa, comerciales, religiosas, políticas, culturales, etc. Estas instituciones tenían un puesto en la sociedad y proponían ideas, modos de gobernar y valores. A lo largo de la historia ha variado el modo de difundir ideas en la sociedad, por ejemplo, Julio César ya ofrecía en De Bello Gallico y en otros escritos una visión particular de su Imperio que podría compararse con tipos de comunicación política e institucional de nuestros días, como la justificación de una intervención armada en un país.

La postulante puede afirmar que la comunicación institucional ha sido vista durante mucho tiempo como sospechosa por parte de ellos que consideraban que la única vocación de la empresa era producir y generar una facturación.

La Comunicación Interna

La comunicación interna está determinada por la interrelación que se desarrolla entre el personal de la institución.

La identidad corporativa es el conjunto de símbolos, comunicación y comportamiento de una empresa, basados en la visión y misión de la misma. Es decir, es la personalidad de la empresa.

<http://www.ajeasturias.com/V2/Control/file/COMPYTE/Herramienta%20Comunicacion%20interna.pdf>

La Comunicación Externa

La Imagen Corporativa

Una imagen es el conjunto de significados por los que llegamos a conocer un objeto, y a través del cual las personas lo describen, recuerdan y relacionan. Es el resultado de la interacción de creencias, ideas, sentimientos e impresiones que una persona tiene sobre un objeto.

1.7. PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

Según Abraham Nosnik, se suele reconocer dentro de la actividad comunicacional que la ejecución de una política exige un proceso de racionalización que permita sistematizar, dar congruencia y ordenar las operaciones comunicativas. A este proceso se le denomina planificación de la comunicación.

La proponente considera que la planificación de la comunicación consiste en una actividad encaminada a lograr la racionalización de las operaciones que se pretenden llevar a cabo con el fin de obtener un propósito determinado de comunicación.

FRIEDMANN, “Planificación para la comunicación” Pág., 2, 1978. Define a la planificación de la comunicación como “la aplicación de una teoría a la realidad con el fin de decir qué hacer, cuándo y cómo”.

Este razonamiento está en el núcleo de la mayoría de las definiciones de planificación, y algunas de ellas hacen explícitas las conexiones entre la planificación y el desarrollo de la teoría científica.

Para Carlos Matus, “planificar significa pensar antes de actuar, pensar cómo método, de manera sistemática, explicar posibilidades y analizar sus ventajas y desventajas proponer objetivos, proyectarse hacia el futuro por lo que puede o no ocurrir mañana, decide si mis acciones de hoy son eficaces o ineficaces”.

Este autor hace énfasis en que la planificación es una herramienta para crear y pensar en el futuro.

1.8. CREDIBILIDAD CIUDADANA

Credibilidad son los componentes objetivos y subjetivos que definen la capacidad de ser creído de una fuente o mensaje. Tradicionalmente, la credibilidad se compone de dos

dimensiones principales: capacidad de generar confianza y grado de conocimiento, donde ambas poseen componentes objetivos y subjetivos.

<http://www.wordreference.com/definicion/credibilidad>

Según el profesor Rafael Amores, “la credibilidad ciudadana es la aceptación que la ciudadanía tiene como verdad de cada una de las informaciones emitidas, por los medios de comunicación social”.

La postulante valora esta afirmación ya que la credibilidad es una cualidad de creíble, o aceptable en la ciudadanía. Cuando la verdad sufre una alteración estamos en presencia de una falsedad que no es otra cosa, que la mutilación, ocultación o desfiguración de la verdad o de la realidad.

1.9. INFORMACIÓN

Idalberto Chiavenato afirma que la información es el conjunto de datos con un significado, o sea, que reduce la incertidumbre o que aumenta el conocimiento de algo.

Para los autores Ferrell y Hirt; “la información comprende los datos y conocimientos que se usan en la toma de decisiones”. <http://cositarosarina.wordpress.com/2008/03/11/informacion-policial/>

Según el Diccionario Encarta 2009, Información es la acción o efecto de informar o informarse, lugar u oficina donde se informa, averiguación jurídica de un hecho o delito. Conjunto de noticias, informes o datos. Reseña dada por un periódico, la radio o la televisión.

La postulante considera que la información es la acción o resultado de informar o informarse. La información nace con la necesidad que tiene la comunidad de estar bien informado y actualizado en los acontecimientos, cuyo fin es el beneficio de la comunidad.

Según la DOCTRINA POLICIAL - COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA, la información es el conjunto de datos sobre una materia determinada, es el intercambio de conocimientos entre las personas, a través del espacio y del tiempo, constituye la esencia del proceso de la comunicación. <http://proyectapyme.bligoo.com/content/view/261326/Estrategia-comunicacional.html>

1.10. MEDIOS MASIVOS

Desde las primitivas señales de humo, pasando por el telégrafo eléctrico hasta llegar la actual Internet. La distancia, se ha visto acortada con los avances tecnológicos, que el hombre actual (descendiente de ese hombre primitivo) ha construido hasta lograr resultados que han transformado el pensamiento humano y la forma de comunicarse. PASQUALI, Antonio. Comunicación y Cultura de Masas. Monte Ávila Editores. Caracas, 1980, pp. 47-76.

Los medios de comunicación masivos nos acercan información de cualquier parte del mundo en un abrir y cerrar de ojos. El caudal de información al cual se tiene acceso es inmensurable. Se ha conquistado el espacio. Ya no solo se utiliza la Tierra como escabel de sus inventos tecnológicos; sino que los ha colocado a grandes distancias sobre el Planeta y de los cuales hace uso para proveer de información a toda la humanidad. BARBERO, Jesús Martín: Comunicación masiva: discurso y poder, Colección Intyan, Quito, 1989.

La proponente considera que los medios masivos de comunicación han revolucionado la comunicación social por su rapidez y largo alcance pero han creado un grave peligro a la deformación de la información.

Los medios de comunicación masivos, como la televisión, la radio y el cine, difunden normas y tendencias culturales, y tienen una enorme influencia en las percepciones y opiniones del público. Esos medios pueden utilizarse como una forma de ‘escapismo’ y las personas pueden llegar a identificarse con vidas ficticias o a basar sus ideas en ellas. (Encarta 2009).

Medios de comunicación masiva, término utilizado para describir a todos los medios de comunicación que llegan a la población en forma masiva, producir cambios culturales a gran escala, positivos o negativos, como la TV, radio o internet.

Los medios masivos son aquellos que afectan a un mayor número de personas en un momento dado, también se conocen como medios medidos. Dentro de este grupo se encuentra. La televisión, la radio, periódicos, revistas, Internet, cine.

Según la Enciclopedia Jurídica Napolí, en la actualidad los medios de comunicación masivos son un valioso medio de información por la rapidez de su difusión, por la economía del servicio y por el alcance de su emisión ya que a través de ellos se llega hacia las masas.

La radio un medio masivo de comunicación

La radio sigue y seguirá siendo un medio de comunicación de masas eficaz y popular. Tiene ciertas características que le otorgan claras ventajas sobre otros medios de comunicación: Su inmediatez, ya que es un instrumento comunicador muy ágil y que en cualquier momento se puede contar con él.

Es un aparato cómodo y barato; ocupa poco espacio y está al alcance de los más modestos bolsillos. <http://monografias.com/trabajoscomunicacion7/>

Es compatible con cualquier otra actividad o trabajo. No exige la inmovilidad que nos pide la televisión.

La autora considera que hasta la llegada del televisor, la radio era el aparato más apreciado en los hogares. Noticias, programas de deporte, de música, radionovelas, concursos, cuentos infantiles, anuncios..., formaron parte durante años de la vida diaria.

Internet

Internet, interconexión de redes informáticas que permite a los ordenadores o computadoras conectadas comunicarse directamente, es decir, cada ordenador de la red puede conectarse a cualquier otro ordenador de la red. El término suele referirse a una interconexión en particular, de carácter planetario y abierto al público, que conecta redes informáticas de organismos oficiales, educativos y empresariales. También existen sistemas de redes más pequeños llamados *intranets*, generalmente para el uso de una única organización, que obedecen a la misma filosofía de interconexión.

<http://monografias.com/comunicacion/internet/>

La postulante considera que el internet crece a un ritmo vertiginoso. Constantemente se mejoran los canales de comunicación con el fin de aumentar la rapidez de envío y recepción de datos. Cada día que pasa se publican en la Red miles de documentos nuevos, y se conectan por primera vez miles de personas. Con relativa frecuencia aparecen nuevas posibilidades de uso de Internet, y constantemente se están inventando nuevos términos para poder entenderse en este nuevo mundo que no para de crecer.

Televisión

El televisor es uno de los aparatos más comunes en nuestras casas. Aunque se inventó en la década de 1920, las emisiones regulares y programadas no comenzaron hasta la década de 1940. Transmisión instantánea de imágenes, tales como fotos o escenas, fijas o en movimiento, por medios electrónicos a través de líneas de transmisión eléctricas o radiación electromagnética (ondas de radio).

La televisión es el medio de comunicación que nos permite captar en nuestra casa una señal electromagnética que consta de imágenes y sonidos. Esta señal se emite desde una central, situada generalmente a gran distancia del lugar donde se recibe, y se capta a través de una antena, que puede ser colectiva o individual.

La señal pasa desde la antena al televisor a través de un cable, que suele ser blanco y más grueso que los cables normales de la luz, llamado cable de antena.

La tesis considera que los medios de comunicación de masas son sólo instrumentos de la comunicación de masas y no el acto comunicativo, la comunicación de masas es el nombre que recibe la interacción entre un emisor único o comunicador y un receptor masivo o audiencia.

1.11. INFORMACION POLICIAL

Según el Coronel Víctor Cerda; la información policial es aquella que emiten los miembros policiales hacia los distintos medios de comunicación sobre las diferentes actividades y acontecimientos que se dan en la institución policial. La Policía obtiene información, de distintas fuentes internas y externas de entre las más importantes podemos citar: información obtenida de los Servicios de Migración, Policía Judicial, Antinarcóticos, Servicios Urbanos, Servicios de Tránsito, del SIAT, Dinapen, de la Unidad de Protección del Medio Ambiente, del Servicio de Investigación Ocular Técnica de sus Unidades Especiales, GIR, GOE, del Servicio Aéreo Policial, del GEMA, del Servicio Rural, estas fuentes de información Policial se encargan de recolectar la variada información existente a nivel cantonal, para hacer llegar al departamento del Servicio SIPOL (Servicio de Información Policial), para que este se encargue de procesar la información y emitir usando diferentes técnicas periodísticas para comunicar a la colectividad a través de los diferentes medios de comunicación social.

Víctor Cerda hace énfasis en la variada información que tienen que recoger y procesar usando diferentes técnicas para emitir hacia la opinión pública.

La tesista considera que el sistema de recolección de la información genera demoras en el requerimiento de la misma, lo que vendría a generar retrasos en tiempos y espacios, para el otorgamiento a la sociedad civil.

1.11.1. Clases de información policial.

La información Policial utiliza básicamente dos clases de información: * (Enciclopedia Salvat de la Comunicación)

a.- Interna

b.- Externa

a) Interna.

Esta información es utilizada en forma ascendente y descendente a través de oficios, memorandos, órdenes de cuerpo, órdenes generales, conferencias, disposiciones verbales, periódicos murales, afiches.

b) Externa.-

La información externa la recibe y la emite la Institución Policial de todas las fuentes posibles existentes en una sociedad entre ellas podemos citar:

Ciudadanos, empresarios, periodistas, autoridades, Gobierno central, Gobiernos seccionales, instituciones, empresas, informantes, entidades bancarias, empresas estatales, empresa públicas, empresas privadas, etc.

1.11.2. Procesos de la información policial.

La información policial antes de ser comunicada a sus públicos internos y externos realiza un proceso lento, previo la autorización de la publicación en los diferentes medios de comunicación.

El organismo encargado de procesar la información es SIPOL (Servicio de información Policial) que depende a nivel nacional del G5, a nivel Distrital del D5 y nivel de Comando provincial de P5. <http://cositarosarina.wordpress.com/2008/03/11/informacion-policial/>

El G5 está comandado por un Oficial Superior del Estado Mayor de la Comandancia General; su función específica es asesorar al Comandante General en todos los asuntos pertinentes de relaciones con la comunidad con la prensa la comunicación y la información Policial lamentablemente este organismo se encuentra centralizado en la Capital de la República. Entre otras de las funciones del G5 es realizar las planificaciones de la Política Comunicacional y de información Policial recibiendo toda la información del nivel Distrital D5 y de el P5 a nivel comando Provincial; por esta razón el G5 en la Institución Policial vendría a ser el eje de la columna vertebral de la información y comunicación institucional.

1.11.3. Medios que utiliza la policía para emitir la información.

La Institución Policial utiliza al igual que la sociedad civil; todo medio de comunicación social existente para poder comunicar la información que genera, y los medios más comunes y permanentes, utilizados son la radio, la Televisión, la Prensa (periódicos, revistas, libros, folletos, hojas volantes), y además en la actualidad hace uso de Internet.

1.11.4. Recopilación de la información policial.

La información policial es recopilada diariamente en cada una de las unidades policiales, existentes en el cantón y emitidas a través de la vía telefónica, partes informativos, informes, hacia el SIPOL, para su procesamiento y autorización de comunicación.

La postulante considera que el sistema de recolección de la información genera demoras en el requerimiento de la misma, lo que vendría a generar retrasos en tiempo y espacios, para el otorgamiento a la sociedad civil.

1.12. ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES

Considerando el eje de este trabajo, la estrategia comunicacional puede definirse como un complejo intercambio de estímulos y señales que dos o más sujetos realizan mediante diferentes sistemas de codificación y decodificación de mensajes.

Este proceso comunicacional contempla, inicialmente, el envío del mensaje por parte del enunciador (emisor) y la posterior decodificación efectuada por el destinatario (receptor). Dicho proceso culmina con el reenvío del mensaje ya retroalimentado por el destinatario y con la última transmisión de un nuevo mensaje por parte del enunciador.

El funcionamiento de este sistema de retroalimentación asegura y acrecienta la bidireccionalidad del proceso preelectoral, permitiendo de esta manera que el candidato-enunciador fortalezca su discurso en función de las demandas e inquietudes del electorado-destinatario.

Asimismo, es importante reconocer que el mensaje político también se constituye dentro un marco de producción discursiva social, manifestada por líderes políticos, funcionarios o instituciones, hacia sectores de la población u otras instituciones o funcionarios. Esta producción transita entre obstáculos y despliega en torno de él una cierta retórica con relación a su planteo, solución o superación.

Cabe destacar, que no sólo el enunciador y el destinatario son quienes erigen y reconstruyen los mensajes comunicados, sino que éstos también son determinados por los medios en los cuales transmiten. Y es este medio quien interviene en el proceso de comunicación, imprimiendo su propia huella en el mensaje reforzándolo, debilitándolo o incluso contradiciéndolo.

De esta manera, y dentro del campo específico de la estrategia comunicacional, se debe reconocer a los medios no sólo en cuanto a medios masivos de comunicación, sino también a otras formas directas de transmisión, como ser los actos públicos, caravanas, caminatas y demás actividades proselitistas. No obstante, son los medios gráficos y audiovisuales quienes hoy centralizan la mayor parte de la difusión de los mensajes políticos. Son el canal que concentra la circulación de dichos mensajes, y consecuentemente, son quienes exigen que la elaboración del mismo sea ejecutada mediante el trabajo conjunto de varios comunicadores sociales (léase asesores de prensa, semiólogos y especialistas en opinión pública). <http://www.google.com/search?client=firefox-a&rls=org.mozilla%3Aes-ES%3Aofficial&channel=s&hl=es&source=hp&biw=1366&bih=575&q=ESTRATEGIAS+COMUNICACIONALES&>

La tesista considera que las estrategias comunicacionales son aquellos instrumentos de comunicación que permiten llevar la información a las masas de una manera eficaz y oportuna. Tales como boletines de prensa, comunicado de prensa, rueda de prensa etc...

Esta investigación está respaldada en la **LEY GENERAL DE POLICÍA**, Título I. De las fuerzas de Policía Capítulo I. Disposiciones Generales

Artículo 4.- Funciones

Las fuerzas de policía estarán al servicio de la comunidad; se encargarán de vigilar, conservar el orden público, prevenir las manifestaciones de delincuencia y cooperar para reprimirlas en la forma en que se determina en el ordenamiento jurídico.

Artículo 2.- Fuerzas de policía y carácter de sus miembros

Para la vigilancia y la conservación de la seguridad pública, existirán las fuerzas de policía necesarias. Sus miembros son funcionarios públicos, simples depositarios de la autoridad. Deberán observar y cumplir, fielmente, la Constitución Política, los tratados internacionales y las leyes vigentes.

Sección IX. De la Policía de Tránsito

Artículo 32.- Competencia

La Policía de Tránsito se encargará de la vigilancia y el mantenimiento del orden en las vías públicas del país, de conformidad con los principios que determinen la Constitución Política, los tratados internacionales, las leyes y sus reglamentos.

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

2.1. Breve caracterización de la institución objeto de estudio (Jefatura Provincial de Tránsito del cantón Latacunga).

Esta investigación de la presente tesis se realiza a los policías de la Jefatura Provincial de Tránsito de Cotopaxi, cantón Latacunga ubicado en el barrio San Martín, parroquia Ignacio Flores, al Norte Av. General Proaño, al Sur calle San Isidro Labrador, al Este calle Juan Abel Echeverría, al Oeste calle Colón (Comando de la Policía Judicial de Cotopaxi), y los ciudadanos que habitan y trabajan en el centro de la ciudad.

La Jefatura Provincial de Tránsito de Cotopaxi cuenta con 83 Policías a nivel de la provincia, pero en el cantón solo laboran 25, los demás están distribuidos en diferentes cantones.

La infraestructura física de la institución es nueva, las cuales han sido diseñadas y construidas para dar un mejor servicio a la colectividad la extensión de terreno es de aproximadamente 15.400 metros cuadrados.

Tomando en cuenta que la ciudad de Latacunga es la capital de la provincia es menester que se dé ejemplos hacia otras provincias en relación a la información que se emite a sus públicos.

2.2. Caracterización de la metodología empleada (tipo de investigación, métodos aplicados, población o muestra, técnicas utilizadas, instrumentos aplicados, procedimiento para el procesamiento de los resultados).

2.2.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La postulante escogió los siguientes tipos de investigación:

Es una investigación de **campo descriptiva**. Pero junto a esto, también se desarrolló una amplia investigación bibliográfica y documental.

Es investigación de CAMPO, en el sitio en que se aplicó las encuestas a los ciudadanos que habitan en el centro de Latacunga y a los Policías de Tránsito del cantón, tales como policías de tropa, a oficiales y a jefes, con la finalidad de tener información de primera mano sobre los métodos y sistemas de información y comunicación utilizados por la policía en su diaria y sacrificada tarea de cuidar el orden interno y velar por la seguridad y tranquilidad ciudadana.

Afirmo que es DESCRIPTIVA la investigación, en tanto en cuanto describió la complejidad del problema, las fortalezas y debilidades; las oportunidades y amenazas de la institución policial de tránsito de Latacunga.

2.2.2. METODOLOGÍA

Este proceso me permitió conocer de manera científica, lógica y objetiva todo lo referente a los métodos utilizados, al buscar una huella o pista del problema para la obtención de información y posteriormente del conocimiento.

El diseño de la investigación elegido por la autora del presente estudio es No Experimental porque no pudo ser sometido a comprobación de experimentos.

2.2.3. UNIDAD DE ESTUDIO

La investigación se realizó a los ciudadanos que habitan y trabajan en el centro de Latacunga, y a los miembros de la Policía Nacional de la Jefatura de Tránsito del mismo cantón, en la cual contó con 25 policías y 32.409 ciudadanos.

POBLACIÓN	NÚMERO
Policía Nacional de la Jefatura de Tránsito de Latacunga.	25
TOTAL	25

POBLACIÓN	NÚMERO
Ciudadanos que habitan en el centro de Latacunga.	17.228
Ciudadanos que trabajan en el centro de Latacunga	15.181
TOTAL	32,409

TAMAÑO DE LA MUESTRA

El tamaño de la muestra debe estar relacionado con los objetivos de la investigación, las características de la población, los recursos y el tiempo disponible, de los miembros del sector a investigar. Por ser una población bastante amplia se aplicó la siguiente fórmula:

Formula de la muestra

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

$$n = \frac{32409}{(0,05)^2(32408) + 1}$$

$$n = \frac{32409}{0,0025(32408) + 1}$$

$$n = \frac{32409}{82.02}$$

$$n = 395$$

SIMBOLOGÍA

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

E²= Error de muestreo 0.05 (5%)

2.2.4. MÉTODOS Y TÉCNICAS

MÉTODOS

Para la investigación se empleó el Método Inductivo, Método Deductivo, y el Método de análisis documental.

Se utilizó el **Método Inductivo**, ya que se tomaron los criterios en forma particular, lo que me permitió emitir criterios generales, por lo que para tener una información de la credibilidad ciudadana y la información policial, se requirió de una serie de procesos investigativos, para llegar a la consecución de una generalización.

Se utilizó el **Método Deductivo** ya que se inició la investigación basándose en criterios generales, que tiene la colectividad sobre la información policial y la credibilidad

ciudadana, la misma que es producto de las acciones que han cometido ciertos miembros policiales en contra de la ciudadanía en cuanto a su accionar se refiere, lo que a la vez me permitió incorporarme en la investigación, partiendo de lo general a lo particular.

El **Método de Análisis Documental** se empleó para el análisis de los documentos existentes que me permitieron conocer el cómo se estaba impartiendo la información a la ciudadanía del centro de Latacunga por parte de los miembros de la Policía Nacional de Tránsito del cantón, y me permitió ampliar y profundizar diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones de diferentes autores, sobre el objeto de investigación.

TÉCNICAS A SER EMPLEADAS

La Información primaria se obtendrá mediante la aplicación de las siguientes técnicas.

OBSERVACIÓN

Esta técnica es muy importante y se utilizó en la investigación, la misma que consistió e en observar atentamente un fenómeno, causa o efecto, e ir tomando información y registrándolo para su posterior utilización.

ENCUESTA

Se utilizó la técnica de la encuesta porque fue de gran utilidad para recolectar información para conocer la realidad de la problemática y tratar de dar soluciones a los mismos, se la realizó por medio de cuestionarios de fácil comprensión y elaborados con anticipación.

2.3. Caracterización de las variables utilizadas, (operacionalización de variables).

VARIABLE INDEPENDIENTE.- Estrategias comunicacionales en el manejo de la información policial.

CONCEPTOS	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS
<p>Estrategias comunicacionales.-</p> <p>En un proceso regulable, conjunto de reglas que aseguran una decisión óptima para la comunicación en cada momento.</p>	<p>Comunicación oral</p> <p>Comunicación escrita</p> <p>Comunicación televisiva</p>	<p>-Spots a través de la radio</p> <p>-Conversatorio a través de foro</p> <p>-Publicidad rodante</p> <p>-Publicidad mediante afiches</p> <p>-Comunicación mediante trípticos</p> <p>-Comunicación en diarios y otros medios impresos</p> <p>-Spots televisivos</p> <p>-Programas televisivos</p> <p>-Reportajes televisivos</p>	<p>¿La Policía Nacional de Tránsito de Latacunga comunica al público todos los sucesos, hechos y noticias?</p> <p>¿La Policía Nacional de Tránsito de Latacunga comunica con absoluta veracidad?</p> <p>¿La ciudadanía confía en la información que emite la Policía Nacional de Tránsito de Latacunga a través de los medios de comunicación?</p> <p>¿La Policía Nacional de Tránsito de Latacunga emite a tiempo la información, para conocimiento de la sociedad?</p> <p>¿La Policía Nacional de Tránsito de Latacunga debe corregir la forma de emitir la información y comunicación, para conocimiento de la sociedad?</p>

VARIABLE INDIPENDIENTE.- Credibilidad ciudadana.

CONCEPTOS	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS
<p>Credibilidad ciudadana.-</p> <p>Es la aceptación que la ciudadanía tiene como verdad de cada una de las informaciones emitidas, por los medios de comunicación social.</p>	Aceptación	Información Efectuada(Medios)	¿Considera usted que la información emitida por la Policía Nacional de Tránsito de Latacunga es creíble?
	Verdad	Método	¿La información que da la Policía Nacional de Tránsito de Latacunga a los medios de Comunicación Social es aceptada por la ciudadanía?
	Ciudadanía	Ciudadanos que habitan y trabajan en el centro de Latacunga	¿La Información Policial es real?
		Policías de Tránsito de Latacunga	¿La Información Policial es emitida de una manera oportuna?
		Equipo Humano	¿La Información Policial es manipulada antes de darse a conocer al público?
		Materiales	
		Cobertura	
		Accesibilidad	
		Personalización	
		Investigación	

2.4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

A continuación se presenta el tratamiento de datos, la interpretación y análisis de la información obtenida mediante encuestas a los ciudadanos que habitan y trabajan en el centro de la ciudad.

2.4.1. ANÁLISIS DE LOS CRITERIOS DE LOS CIUDADANOS QUE HABITAN Y TRABAJAN EN EL CENTRO DE LA CIUDAD.

1.- Cree usted que la Policía Nacional de Tránsito de Latacunga comunica al público todos los sucesos, hechos y noticias que conoce.

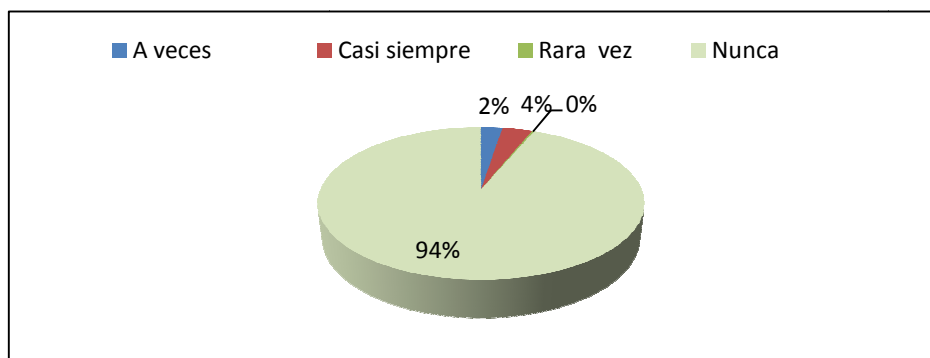
CUADRO N° 1

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A veces	10	2.53%
Casi siempre	14	3.54%
Rara vez	1	0.25%
Nunca	370	93.67%
TOTAL	395	100%

Fuente: Ciudadanos que habitan y trabajan en el centro de la ciudad

Elaboración: Tesista 2010

GRÁFICO N° 1



Interpretación y análisis.- Analizando las respuestas se puede deducir que de los 395 ciudadanos que habitan y trabajan en el centro de la ciudad, el 94% coinciden que la Policía de Tránsito del cantón nunca comunica al público todos los sucesos, hechos y noticias que conoce, el 4% manifiesta que casi siempre, el 2%, dice que a veces y el 0,25% expresa que rara vez. Se colige que los ciudadanos no confían en la información que la policía comunica a sus públicos sobre hechos y sucesos que conoce.

2.4.2.-Confía usted en la comunicación e información que emite la Policía Nacional de Tránsito de Latacunga, a través de los diferentes medios de comunicación social.

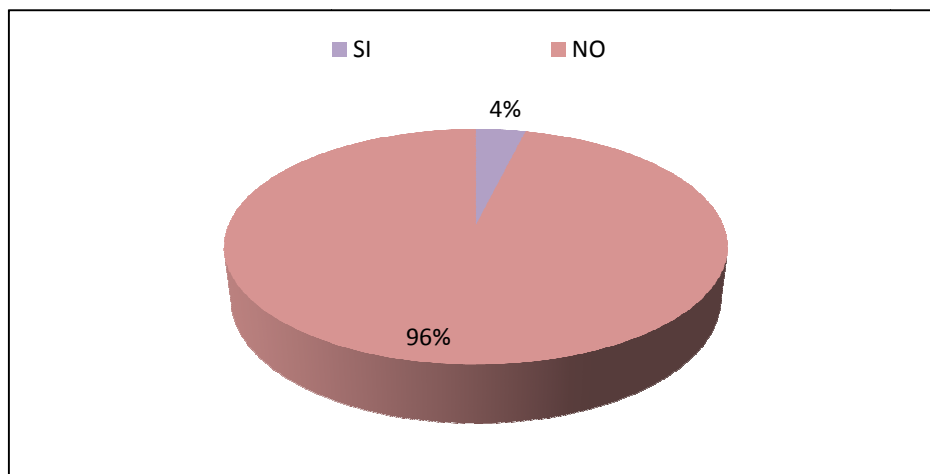
CUADRO N° 2

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	15	3.80%
NO	380	96.20%
TOTAL	395	100%

Fuente: Ciudadanos que habitan y trabajan en el centro de la ciudad

Elaboración: Tesista 2010

GRÁFICO N° 2



Interpretación y análisis.- El 96% de personas encuestadas manifiestan que no confían en la información que emite la Policía de Tránsito de Latacunga a través de los diferentes medios de comunicación, mientras que el 4% exteriorizan que sí confían en la información que emite la policía, se puede deducir la gran desconfianza que sienten los ciudadanos latacungeños hacia los miembros del orden. Esto tiene un significado preocupante, en el sentido de que la gente tiene la percepción de que algo esconde la Policía en cuanto a la información. Es por eso el rechazo y repudio de varios ciudadanos frente a los miembros del orden.

2.4.3.- Cree usted que la Institución Policial emite la información o comunicación a tiempo a la sociedad.

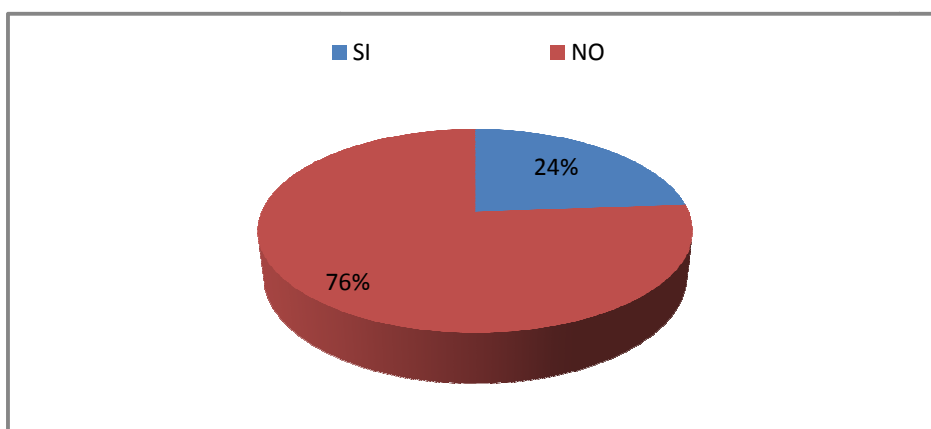
CUADRO N° 3

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	94	23.80%
NO	301	76.20%
TOTAL	395	100 %

Fuente: Ciudadanos que habitan y trabajan en el centro de la ciudad

Elaboración: Tesista 2010

GRÁFICO N° 3



Interpretación y análisis.- La percepción mayoritaria de los encuestados es 76% en relación a la información o comunicación que emite la policía a la sociedad, el 24% manifiesta que la policía si emite a tiempo la información. De acuerdo a los resultados de las encuestas se pudo deducir que la Institución Policial de Tránsito del cantón Latacunga se encuentra en una encrucijada ya que la comunidad expresa desconfianza y rechazo por su accionar.

2.4.4.- ¿Considera usted que la Información expuesta por la Policial Nacional de Tránsito de Latacunga es creíble?

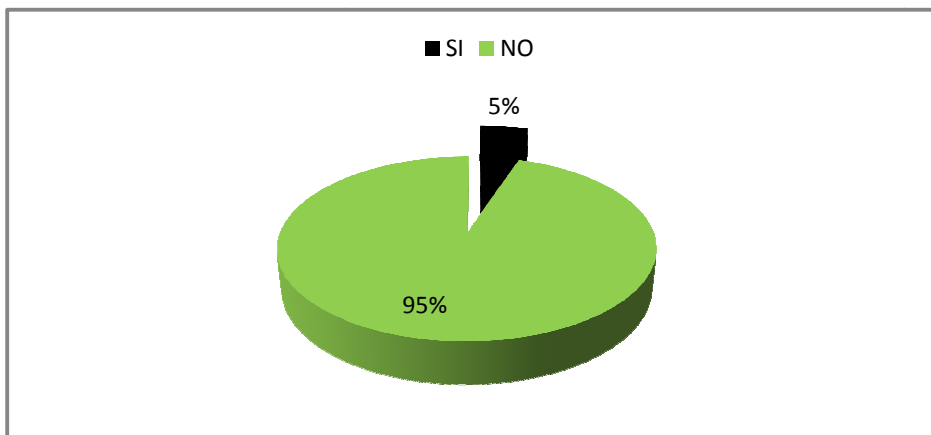
CUADRO N° 4

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	20	5.06%
NO	375	94.94%
TOTAL	395	100%

Fuente: Ciudadanos que habitan y trabajan en el centro de la ciudad

Elaboración: Tesista 2010

GRÁFICO N° 4



Interpretación y análisis.-De acuerdo a las respuestas obtenidas el 95% considerara que la información expuesta por la Policía Nacional de Tránsito de Latacunga no es creíble, la población latacungeña considera que existen varios factores negativos y nocivos dentro de la policía de tránsito, pero el 5% manifestaron que la información policial si es creíble. Se puede apreciar que para los ciudadanos del cantón los miembros del orden no son bien vistos ni existe la confianza necesaria ni mucho menos seguridad y cordialidad.

2.4.5.- ¿La Información Policial es real?

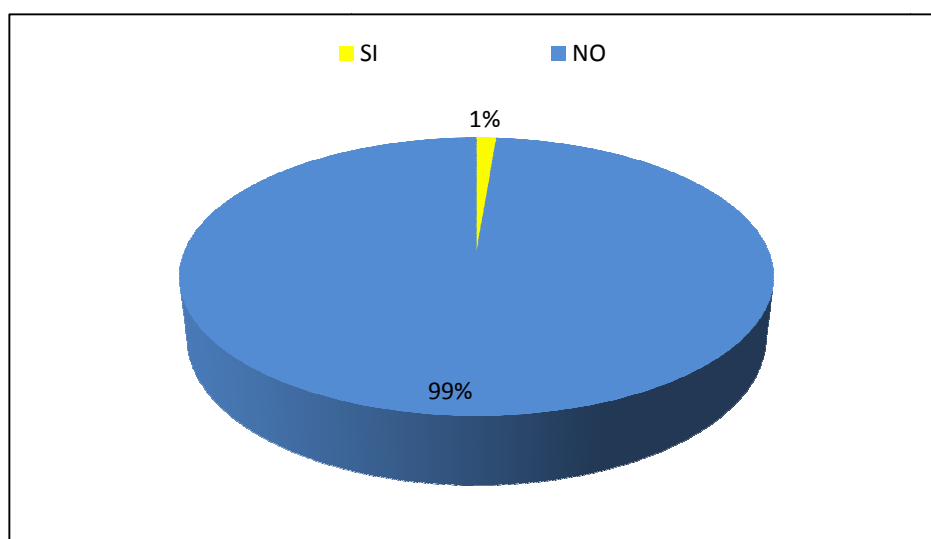
CUADRO N° 5

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	1.27%
NO	390	98.73%
TOTAL	395	100%

Fuente: Ciudadanos que habitan y trabajan en el centro de la ciudad

Elaboración: Tesista 2010

GRÁFICO N° 5



Interpretación y análisis.-Con relación a los encuestados que habitan y trabajan en el centro de la ciudad el 99% responden que la información no es real, mientras que el 1% expresan que si lo es. La credibilidad ciudadana está claramente reflejada en el cuadro estadístico al demostrar que los ciudadanos de una u otra manera obtienen información policial, lo analizan como no real.

24.6.- ¿La Información Policial es manipulada antes de darse a conocer al público?

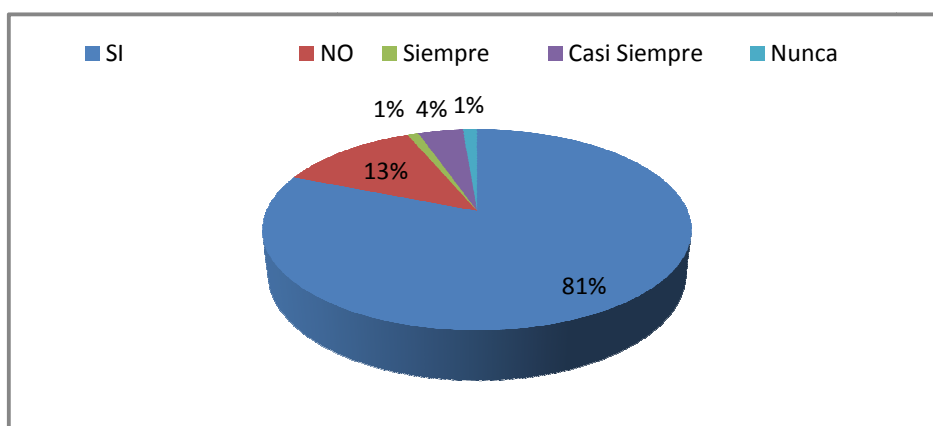
CUADRO N° 6

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	320	81.01%
NO	50	12.66%
Siempre	4	1.01%
Casi Siempre	16	4.05%
Nunca	5	1.27%
TOTAL	395	100%

Fuente: Ciudadanos que habitan y trabajan en el centro de la ciudad

Elaboración: Tesista 2010

GRÁFICO N° 6



Interpretación y análisis.-De los 395 ciudadanos laticungueños encuestados el 81% expresan que la información policial si es manipulada antes de darse a conocer al público, el 13% consideran que no es manipulada, el 4% manifiestan que casi siempre es manipulada, el 1 % expresa que siempre es manipulada la información y finalmente el otro 1% cree que nunca es manipulada la información policial. La colectividad mayoritariamente manifiesta que la información policial no les convence en su veracidad, cree que ésta es manipulada antes de ser entregada a la ciudadanía, especialmente cuando se encuentra involucrado un miembro del orden.

2.5. ANÁLISIS DE LOS CRITERIOS DE LOS MIEMBROS DE LA POLICIA NACIONAL DE TRÁNSITO DE LATACUNGA.

1.-Sabe usted que significa Comunicación e información.

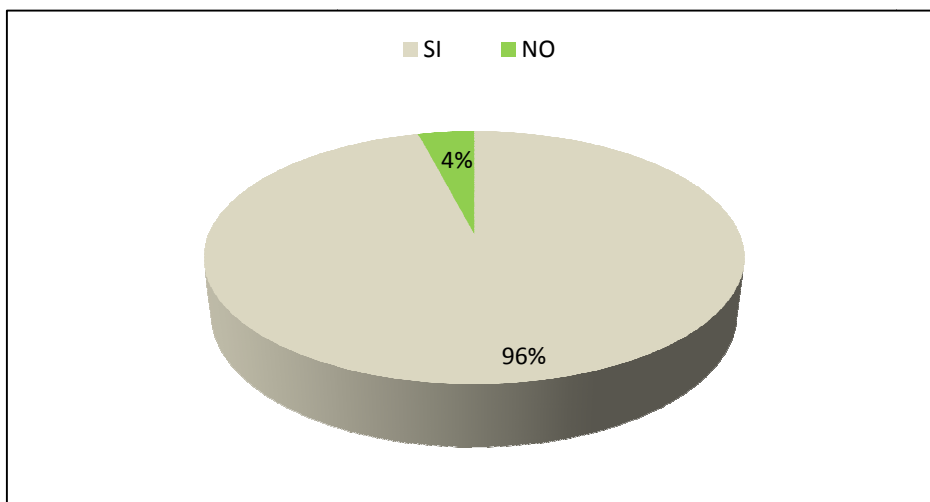
CUADRO N° 1

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	24	96%
NO	1	4%
TOTAL	25	100%

Fuente: Policías de Tránsito del cantón Latacunga

Elaboración: Tesista 2010

GRÁFICO N° 1



Interpretación y análisis.-De los 25 Policías de Tránsito del Cantón Latacunga, el 96% manifiestan que si saben que significa comunicación e información, y el 4% manifiesta que no saben que significa comunicación e información, de acuerdo a los resultados los uniformados si tienen conocimiento de la información. Los resultados son alentadores en cuanto a que si conocen el significado que tiene la información. Lo difícil es entender que a pesar de su conocimiento con respecto a la información no la ponen en práctica.

2.- Conoce usted si existe algún Proyecto de estrategias comunicacionales en el manejo de la Información Policial en la Jefatura de Tránsito del cantón Latacunga.

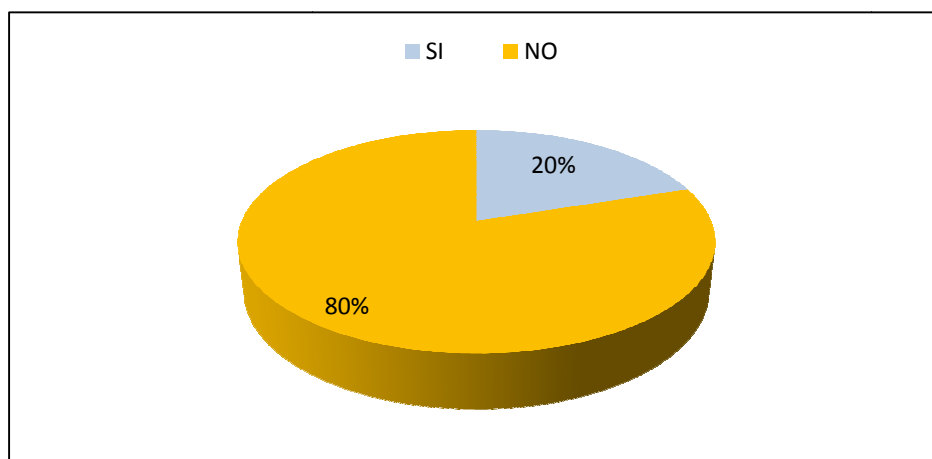
CUADRO N° 2

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	20%
NO	20	80%
TOTAL	25	100%

Fuente: Policías de Tránsito del cantón Latacunga

Elaboración: Tesista 2010

GRÁFICO N° 2



Interpretación y análisis.- Analizando las respuestas se puede deducir que de los 25 Policías de Tránsito del cantón el 80% no conocen la existencia de algún proyecto de estrategias comunicacionales en el manejo de la información policial en la Jefatura de Tránsito del Latacunga, mientras que el 20% manifiesta que si conoce de proyectos de estrategias comunicacionales en la Institución Policial. De acuerdo a las respuestas mayoritarias es necesaria y urgente la socialización de un proyecto con las características antes indicadas para dar un mejor servicio a la colectividad y así tratar de cambiar la mentalidad negativa que la población tiene en contra de los uniformados.

3.- Cree usted que la población Latacungeña siente desconfianza y rechazo en la información que emite la Policía de Tránsito de Latacunga.

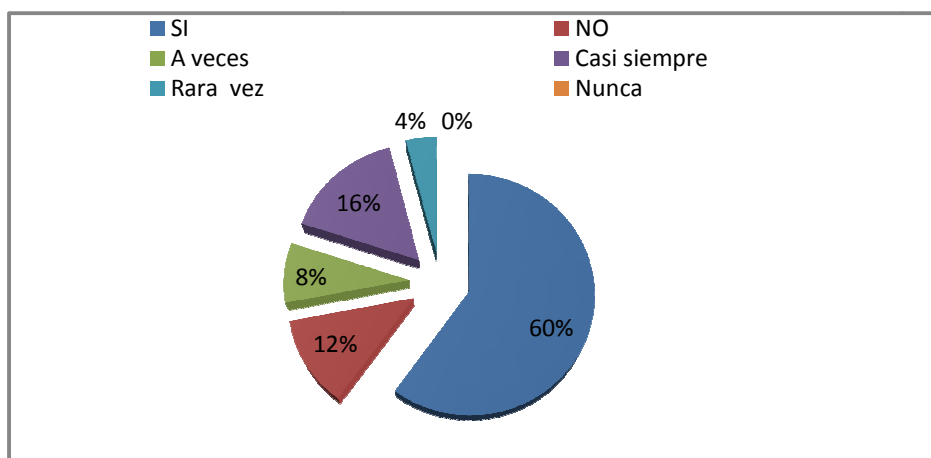
CUADRO N° 3

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	15	60%
NO	3	12%
A veces	2	8%
Casi siempre	4	16%
Rara vez	1	4%
Nunca	0	0%
TOTAL	25	100%

Fuente: Policías de Tránsito del cantón Latacunga

Elaboración: Tesista 2010

GRÁFICO N° 3



Interpretación y análisis.-El 60% de los Policías de Tránsito del cantón Latacunga manifiestan que la población Latacungeña si siente desconfianza y rechazo por la información que emiten a sus ciudadanos, el 16% consideran que casi siempre, el 12% expresan que la población no siente rechazo ni desconfianza, el 8% dice que a veces existe rechazo y el 4 % considera que la población rara vez siente desconfianza con relación a la información emitida a la población. Una vez realizado el tratamiento de datos me puedo dar cuenta que los uniformados en su mayoría sienten el rechazo y desconfianza por parte de los ciudadanos.

4.- ¿Qué estrategia considera más adecuada para emitir la información a la ciudadanía?

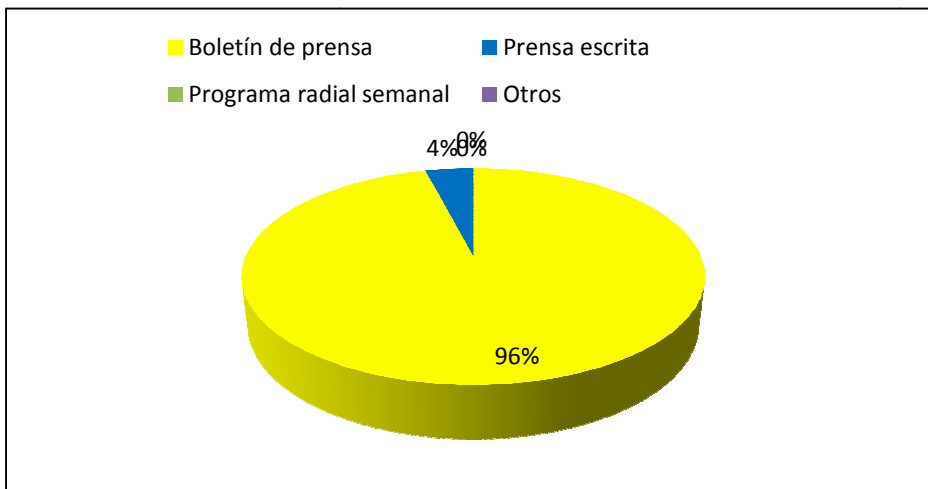
CUADRO N° 4

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Boletín de prensa	24	96%
Prensa escrita	1	4%
Programa radial semanal		0%
Otros	0	0%
TOTAL	25	100%

Fuente: Policías de Tránsito del cantón Latacunga

Elaboración: Tesista 2010

GRÁFICO N° 4



Interpretación y análisis.- Los encuestados en un 96% manifiestan que la estrategia más adecuada para emitir la información es el boletín de prensa para poder llegar de mejor manera a la ciudadanía, el 4 % considera que debe ser la prensa escrita, y el programa radial no tuvo ninguna acogida. Por lo tanto considero que el boletín de prensa será la mejor opción para llegar a la población Latacungueña.

5.- ¿La Información Policial es real?

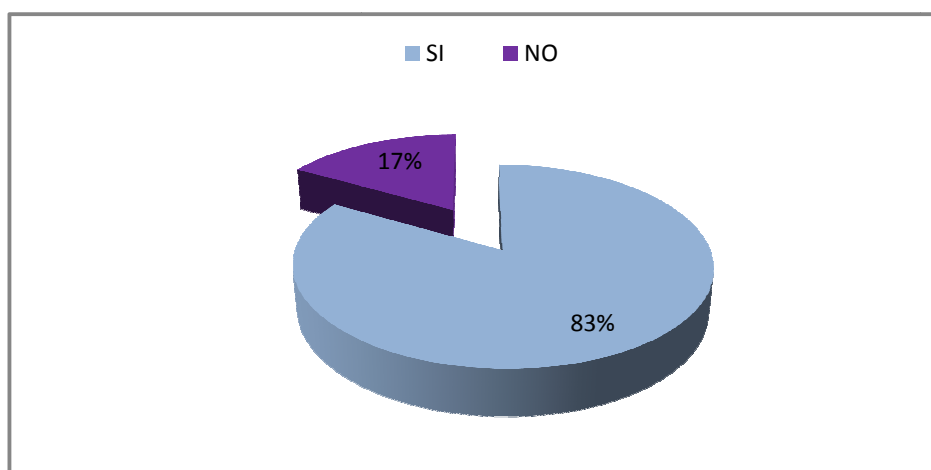
CUADRO N° 5

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	20	83%
NO	4	17%
TOTAL	25	100%

Fuente: Policías de Tránsito del cantón Latacunga

Elaboración: Tesista 2010

GRÁFICO N° 1



Interpretación y análisis.- De los 25 señores Policías de Tránsito de Latacunga el 83% manifiesta que la información que ellos emiten es real, y el 17% cree que la información emitida por los uniformados no es real. Considerando la posición de ellos como policías es comprensible que expresen que la información es real, ya que la población tiene otra percepción muy opuesta a la afirmación de los miembros del orden de Transito.

6.- ¿Considera usted que la Información Policial es emitida de una manera oportuna?

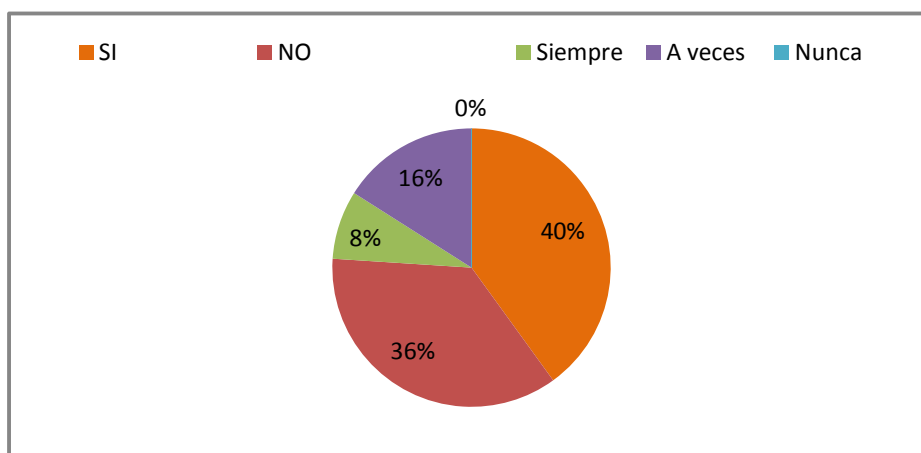
CUADRO N° 6

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	40%
NO	9	36%
Siempre	2	8%
A veces	4	16%
Nunca	0	0%
TOTAL	25	100%

Fuente: Policías de Tránsito del cantón Latacunga

Elaboración: Tesista 2010

GRÁFICO N° 6



Interpretación y análisis.- Lógicamente después de analizar los resultados de las encuestas aplicadas a los miembros del orden se puede deducir que la mayor parte manifiestan que la información si es emitida de una manera oportuna a la ciudadanía en un 40%, y el 36% expresan que no es emitida de una manera oportuna, el 16% manifiestan que a veces, y el 8% responden que siempre es emitida la información oportunamente.

7.- ¿La Información Policial es manipulada antes de darse a conocer al público?

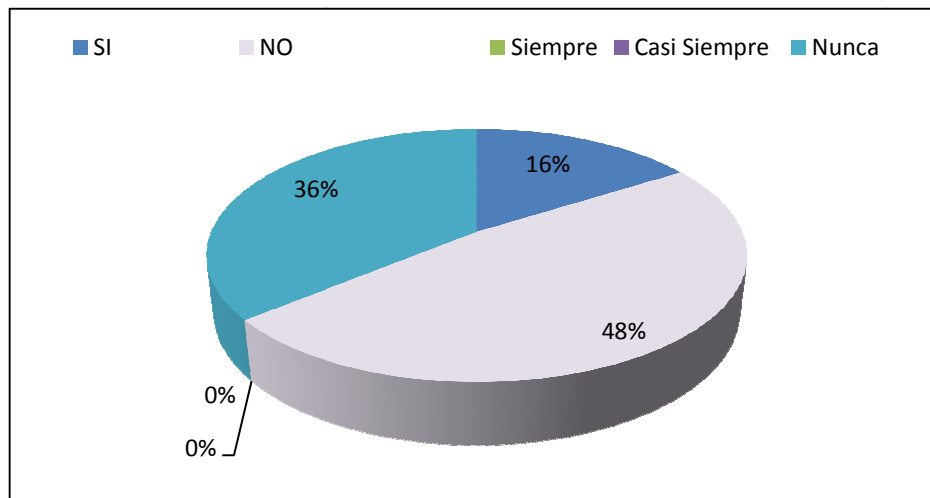
CUADRO N° 7

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	16%
NO	12	48%
Siempre	0	0%
Casi Siempre	0	0%
Nunca	9	36%
TOTAL	25	100%

Fuente: Policías de Tránsito del cantón Latacunga

Elaboración: Tesista 2010

GRÁFICO N° 7



Interpretación y análisis.-Después de haber analizado los resultados de las encuestas aplicadas a los Policías de Tránsito de Latacunga se puede deducir que el 48% consideran que la información policial no es manipulada antes de darse a conocer a sus públicos, el 36% expresa que nunca es manipulada la información, y el 16% afirma que si es manipulada la información antes de darse a conocer a las masas.

CAPÍTULO III

PROPUESTA

3.1. Datos informativos.

Título

“Estrategias comunicacionales en el manejo de la Información Policial de la Jefatura de Tránsito del cantón Latacunga para lograr niveles aceptables de credibilidad en los ciudadanos que habitan y trabajan en el centro de la ciudad. Durante el periodo comprendido entre agosto a octubre del 2010”.

- ❖ **Nombre de la institución:** Jefatura Provincial de Tránsito de Cotopaxi.

- ❖ **Beneficiarios:** Los Policías de Tránsito y ciudadanos que habitan y trabajan en el centro de la ciudad de Latacunga.

- ❖ **Ubicación:** Provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga, parroquias La Matriz y San Martín.

- ❖ **Técnico responsable:** Sonia Solórzano.

- ❖ **Tutor:** Lic. Franklin Falconí, Docente de la Universidad técnica de Cotopaxi.

3.2. Antecedentes.

Analizada la información y comunicación policial he determinado que el sistema actual de información Institucional tiene muchísima fallas en su operatividad, lo que ha conllevado a degenerar en la incredibilidad de la información policial ante la ciudadanía.

Por esta razón he visto la necesidad imperiosa de crear una propuesta totalmente nueva y diferente en el sistema de Información Policial. Esta nueva propuesta está dirigida a la acción inmediata.

El campo de acción se orienta hacia un nuevo esquema que actué internamente en la Policía Nacional de Tránsito del cantón, denominado **Cambio Estructural** profundo de los medios de comunicación social existentes en la Institución Policial, tanto para prensa escrita y radial.

El trabajo propuesto podría determinarse como un plan piloto en la Institución Policial de Tránsito de Latacunga, por lo cual revisados archivos a nivel cantonal no se encontró que en la Policía existan trabajos anteriores, similares o iguales al que en esta ocasión se realizó. En la Investigación efectuada al interior de los servicios policiales ni en su alma mater (Escuela Superior de Policía Gral. Alberto Enríquez Gallo) no se ha profundizado algún estudio sobre la comunicación y credibilidad ciudadana.

3.3. Justificación.

La información pretende reflejar a la comunidad, la luz que irradia una comunicación efectiva para lograr la consecución de los grandes objetivos de esta institución y que, en este caso, permita un cambio de esquemas mentales en policías y ciudadanos, creando un ambiente de colaboración entre sus miembros, a través de una transparente información, que incida en la comunicación y credibilidad ciudadana.

La ciudadanía en su mayoría tiene un mal concepto de la Policía. Existe la necesidad de una adecuada comunicación que vincule a los miembros del orden con la comunidad, que impida falsas percepciones y prejuicios que puedan existir entre los policías y los ciudadanos.

Para que sea una información transparente y efectiva, debemos emprender en un proceso de investigación y de definición de estrategias, para lograr que el mensaje del emisor llegue al receptor, por el canal apropiado y con claridad para que genere cambios, transformaciones e interacción.

Es por eso que en esta tesis se pretendió plasmar los principios que a futuro lograrán dar confianza a los ciudadanos, gracias al empleo de una teoría de la información con transparencia dirigida a la comunidad.

Para lograr la transparencia de la información policial, una buena comunicación y credibilidad ciudadana, es indispensable su estudio, para establecer lazos y acercamientos entre la Institución y sus públicos, de manera tal que ambos hablen el mismo idioma, basados en una claridad de procedimientos que ayuden al mejoramiento de la comunicación.

Por lo expresado en los acápites anteriores, este trabajo tiene como objeto primordial el diseño de un sistema de estrategias comunicacionales en el manejo de la información policial.

El trabajo realizado tuvo una utilidad práctica indispensable, de apoyo, orientación o guía, para la Jefatura de Tránsito del cantón Latacunga.

La metodología utilizada en esta propuesta fue sencilla, directa, comprensible basada netamente en la verdad, sin tratar de tapar algún suceso, hecho o noticia, para evitar distorsionar la información que se comunica a la población del cantón Latacunga. Cuando las metodologías son sencillas y se utiliza el lenguaje adecuado es aceptado por los públicos, las sociedades comprenden de una mejor forma lo que sus instituciones intentan

comunicar. Cuando la metodología es confusa, no directa no clara, los públicos evitan aceptarla y tergiversan o interpretan mal la información.

3.4. Objetivos de la propuesta.

Objetivo general

- Dinamizar la información y comunicación policial, para tributar a la credibilidad ciudadana.

Objetivos específicos

- Determinar las principales limitaciones técnicas y de contenido de la información policial, que le impidan generar credibilidad ciudadana.
- Diseñar un sistema de estrategias comunicacionales en el manejo de la información policial de la Jefatura de Tránsito del cantón Latacunga.
- Promover la participación, fortalecimiento, unión de los ciudadanos y la Policía de Tránsito de Latacunga.

3.5. Análisis de factibilidad.

Esta investigación fue factible y viable, ya que conté con el recurso financiero, humano y material para la realización.

Las posibles limitaciones que encontré para la realización de este trabajo investigativo fueron la apertura que la Institución Policial de Tránsito me brindó para la presente investigación, pero todo es posible cuando se tiene la predisposición para realizar un determinado trabajo.

3.6. Fundamentación.

Los boletines de prensa son una herramienta importante para comunicar con periodistas profesionales para compartir sus noticias directamente con sus colegas y público en general.

- Publicación periódica de carácter científico o cultural, publicada generalmente por una institución.
- Publicación periódica de carácter oficial

Un boletín debe ser conciso. Su extensión no debe ser mayor a una hoja.

Una nota profesionalmente redactada debe de empezar por el tema más novedoso, colocado en el párrafo inicial. Describa la noticia en tres líneas o menos. Los párrafos subsiguientes deben describir la noticia. Cada entrega debe concluir con información sobre como contactar a su empresa, incluyendo nombre de la persona de contacto, un correo electrónico, teléfono y sitio web.

Se debe escribir usando oraciones breves.

Es menester enviar boletines que hayan sido cuidadosamente editados. No necesita contratar a un editor profesional, pero al menos pedir consejo y apoyo de colegas y amigos.

Ser selectivo cuando se usen MAYUSCULAS ya que se pueden interpretar (especialmente por lectores del idioma inglés) como un insulto.

Sugerencias a distribuir un boletín de prensa:

- Enviar la nota de prensa a los canales apropiados.
- Los periódicos. Especialmente aquellos que tienen una sección especializada
- La estaciones de radio, con programas enfocados
- Revistas especializadas

Características del boletín de prensa.

El boletín de prensa es también el más versátil de todos los documentos que se puedan distribuir entre los medios de comunicación, ya que responde a un acontecimiento de actualidad (el lanzamiento de un producto, el posicionamiento de un líder de opinión frente al tema del día, la situación sobre una catástrofe, entre otros).

Por este mismo motivo, el boletín de prensa tiene una vida útil muy breve y concreta. Esto debe tenerlo presente quien la elabore, para eliminar datos inútiles o redundantes, información sobre otras ideas o personas ajenos al tema central del comunicado, mensajes antiguos, etc.

En el caso del boletín de prensa cabe el dicho "si lo bueno es breve, entonces es dos veces bueno". Esta herramienta de comunicación debe ser concisa, clara y directa.

Resumiendo, las más importantes

- Debe obedecer a un hecho noticiable de actualidad.
- Vida útil breve y concreta.
- Claridad y concisión en los mensajes.

- Sin información redundante, antigua o inútil.
- Lenguaje accesible al lector.
- Sin adjetivos.
- Fuente fiable y datos contrastables.
- Declaraciones, si son relevantes y aportan información de valor para el hecho noticiable.

Elementos de un boletín de prensa.

Como ya se ha expuesto antes, sus funciones pueden ser varias, principalmente ideológicas y comerciales, pero, salvo estilos, siempre tiene que contar con las siguientes características:

- Titular.
- Lugar y fecha de edición.
- Cuerpo del boletín.
- Información básica de la entidad que promueve la información.
- Datos de contacto.

Los boletines de prensa responden a la principal pregunta, “quién, qué, cuándo, dónde y por qué.” Además los comunicados de prensa también tienen un título, algo pegadiza y simple.

(Ver anexo, 10 modelos de boletines de prensa)

3.7. Descripción de la propuesta

Temática: Los resultados de la investigación de campo expuesta en el Segundo Capítulo permite identificar los temas de mayor interés de la comunidad con relación a la información que emite la Policía de Tránsito del cantón para el mantener un ambiente sano y de armonía con la sociedad.

Determinación de Estrategias: Tomando en cuenta los criterios de la comunidad laticungueña y los criterios de los uniformados de tránsito, se decide desarrollar estrategias comunicacionales como boletín de prensa que fue el más relevante con un porcentaje del 96% a favor del boletín de prensa, para llegar de mejor manera con la información hacia la comunidad, con una metodología de investigación-acción, en varios temas a la vez. La investigación-acción está basada en el diagnóstico actual de la problemática comunicacional del cantón y todas las actividades enfocadas- aplicadas a la solución de estas problemáticas.

Programación de Actividades: Se presenta un cronograma de actividades a desarrollarse en la Policía Nacional de Tránsito de Latacunga.

3.8. Plan Operativo.

TIEMPO EVENTOS	ABRIL 2011	MAYO 2011	JUNIO 2011	JULIO 2011	AGOSTO 2011	SEPT. 2011
	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4
1. Capacitación para la elaboración de comunicados de prensa.	X X X X					
2. Elaboración de comunicados de prensa.		X X X X	X X X X	X X X X	X X X X	X X X X

3.9. Evaluación de la Propuesta.

Considero que fue una propuesta muy interesante porque que se logró crear expectativas positivas tanto en los ciudadanos laticungueños como en los Policías de Tránsito con relación a la información que emiten y reciben los involucrados.

Esta propuesta es muy agradable ya que me permitió conocer de cerca las opiniones que los ciudadanos tienen de la información que reciben de la Policía de Tránsito.

3.10. MANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL



El presente manual y su contenido, es para uso interno de la Policía de Tránsito del cantón Latacunga. Por tal motivo salvo instrucciones diferentes, el mismo no puede ser modificado total o parcialmente sin la autorización expresa de la persona que este al mando de la Institución Policial de Tránsito del cantón.

Es un importante instrumento administrativo, elaborado a través de un proceso participativo, en el cual una institución define su Misión y Visión de largo plazo, los Valores Institucionales, Políticas, Objetivos, y Estrategias, que contribuyen a determinar su rumbo futuro.

PROPÓSITO

Lograr que la imagen que proyecte la Institución Policial de Tránsito en su labor de brindar seguridad a los ciudadanos e informar sea creíble y de excelencia, capaz de responder eficaz y oportunamente a las exigencias de su entorno y a la demanda de cambios e innovaciones que caracterizan a la época actual.

MISIÓN

Brindar servicios de seguridad ciudadana, con calidad y ética, en el marco de la legislación vigente, respetando la dignidad humana, para que todos los actores sociales puedan convivir en paz y ejercer con libertad sus derechos como es la libertad de expresión.

VISIÓN

La Policía Nacional de Tránsito del cantón Latacunga, será una Institución sólida, confiable, efectiva y eficiente, de servicio a la ciudadanía, sustentada sobre principios morales, éticos y jurídicos, dotada de una educación permanente, tecnología moderna, y

estructura adecuada; recurso humano calificado y comprometido con los intereses de la comunidad, que contribuya a mejorar los niveles de competitividad para el desarrollo integral del cantón, a fin de enfrentar con éxito los retos del futuro.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Proponer estrategias comunicacionales adecuadas que permitan una mejor vinculación con la sociedad y así mantener la imagen y el prestigio de la Institución en beneficio del desarrollo y progreso del cantón.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Proponer acciones que generen una mejor relación entre la institución policial y sus públicos.
- Analizar críticamente las estrategias de la Institución dentro de la comunicación y la vinculación con la sociedad.

VALORES INSTITUCIONALES

- Honestidad
- Respeto a la dignidad y a los derechos humanos
- Vocación de servicio
- Solidaridad
- Disciplina y Responsabilidad
- Tolerancia
- Justicia y equidad
- Liderazgo
- Efectividad y Eficiencia
- Mejoramiento continuo

- Lealtad con los principios

POLÍTICAS INSTITUCIONALES

- Policía humanizada al servicio de la comunidad
- Motivación y satisfacción laboral de los miembros para mejorar su desempeño
- Cambio de actitud y mentalidad para atender las demandas de los actores sociales
- Formación y capacitación integral
- Gestión institucional sin influencias políticas o religiosas; sin discrimen racial o de género

ESTRATEGIAS

MODERNIZAR Y FORTALECER LA CAPACIDAD OPERATIVA DE LA UNIDADES POLICIALES PARA REDUCIR LOS NIVELES DE INSEGURIDAD CIUDADANA

- Reestructurar los sistemas operativos policiales, acorde a las demandas ciudadanas e índices delincuenciales.
- Reducir los tiempos de respuesta a los auxilios solicitados por la comunidad.
- Fortalecer la Policía Comunitaria con la participación de las autoridades locales y la comunidad.
- Poner en práctica las estrategias comunicacionales tales como boletines de prensa.

INCREMENTAR PERMANENTEMENTE EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA COMUNIDAD EN LOS SERVICIOS POLICIALES

- Generar una cultura de calidad en el servicio policial.
- Racionalizar y simplificar los procesos de los servicios policiales.
- Desconcentrar las funciones de las áreas operativa, económica y administrativa.

- Establecer un sistema de denuncias, quejas, sugerencias y recomendaciones sobre la calidad de los servicios policiales y comunicacionales.
- Crear un sistema de medición de los niveles de satisfacción de los usuarios respecto de los servicios policiales y comunicacionales.
- Establecer un sistema permanente de información y difusión pública de los servicios policiales.

INSTITUCIONALIZAR UN SISTEMA DE CONTROL PARA PREVENIR Y ELIMINAR LA CORRUPCIÓN EN LA INFORMACIÓN.

- Establecer un sistema de rendición de cuentas
- Crear veedurías ciudadanas conformadas por personas representativas de la sociedad, para evaluar los servicios policiales.
- Desarrollar permanentemente de capacitación en valores y comunicación.
- Formular políticas y aplicar procedimientos para evitar la corrupción.
- Concretar alianzas estratégicas con los diferentes medios de comunicación de la comunidad.

ASEGURAR LA DOTACIÓN OPORTUNA DE RECURSOS ECONÓMICOS, LOGÍSTICOS Y TECNOLÓGICOS PARA EL CUMPLIMIENTO DE SU MISIÓN.

- Elaborar y presentar al país, un esquema de las necesidades financieras y logísticas para el cumplimiento eficiente y eficaz de la misión policial y comunicacional.
- Diseñar mecanismos para lograr la eficiencia y transparencia en los gastos.

EVALUACIÓN

Gracias a la etapa de evaluación se conoce qué tanto fueron aceptadas o rechazadas las estrategias planteadas, aprobadas e implantadas, y que tan efectivas o no resultaron. Con esta fase se pudo empezar desde el mismo momento en que se implantaron las estrategias, se cierra un ciclo y comienza otro.

“Policía Nacional de Tránsito siempre al servicio de la comunidad”

GLOSARIO DE TERMINOS

En el desarrollo del presente trabajo investigativo, es necesario establecer el significado y definiciones de algunos términos básicos, y que puedo resumir en los siguientes:

- ❖ **Comunicación:** Es la interrelación entre los seres humanos.
- ❖ **Comunicación social.-** Es la interrelación entre los individuos, con la sociedad.
- ❖ **Comunidad:** Conjunto o asociación de personas que viven juntas y bajo ciertas reglas, como los conventos, colegios, etc.
- ❖ **Ciudadanos:** Persona perteneciente o relativo a la ciudad.
- ❖ **Credibilidad:** Es una cualidad que tienen los seres humanos de creíble.
- ❖ **Ciudad:** Lo urbano, en oposición a lo rural.
- ❖ **Credibilidad ciudadana:** Es la aceptación que los ciudadanos tienen como verdad de cada una de las informaciones emitidas por los medios de comunicación social.
- ❖ **Comunicación institucional.-** Es el conjunto de los procesos físicos, psíquicos y sociales mediante los cuales, se efectúa la operación de interrelacionar una o varias personas.
- ❖ **Comunicación organizacional:** Es aquella que tiene como objetivo establecer relaciones de calidad entre la institución y los públicos.
- ❖ **Estrategias:** Métodos que se utilizan para cumplir con metas u objetivos. Habilidad, destreza, etc.

- ❖ **Información:** Reseña dada por un periódico, la radio o la televisión. Conjunto de noticias, informes o datos.
- ❖ **Medios de Comunicación:** Son los instrumentos o aparatos mediante los cuales se difunden los mensajes hacia sus públicos.
- ❖ **Medios masivos:** Son aquellos medios de comunicación que sirven para informar y comunicar como la televisión, la radio, periódicos, revistas, Internet, cine.
- ❖ **Muestra:** Selección de un conjunto de individuos
- ❖ **Policía:** Miembros del orden. Personas encargadas de velar por la seguridad ciudadana.
- ❖ **Proyecto:** Es el primer esquema o plan de cualquier trabajo que se hace antes de darle la forma final.
- ❖ **Población:** Grupo de personas que habitan la tierra o cualquier división geográfica.
- ❖ **Periodista:** Persona legalmente autorizada para ejercer el periodismo.
- ❖ **Planificación de la comunicación:** Es un proceso de gestión indispensable porque prevé posibilidades futuras.

Conclusiones

Al culminar este trabajo me permito consignar las siguientes conclusiones:

- ✓ La comunicación con todos los canales, sistemas de mensajes, sus formas de retroalimentación y los sujetos que intervienen en la interacción fecunda, es un campo apasionadamente de la acción social, sin el cual, no es posible conseguir una convivencia solidaria y armónica en la sociedad.
- ✓ La Policía Nacional de Tránsito del cantón, pese a sus diarios esfuerzos, no ha logrado desarrollar una policía comunicacional que ponga a la institución sintonizada con los requerimientos de la ciudadanía. Supuesto que el mundo actual está lleno de conflictivas situaciones, ya que sea por el auge delictivo, por la violencia social, por las frustraciones colectivas, por la disgregación de la familia, corrupción casi generalizada, etc., se requiere urgentemente diseñar estrategias de prevención lastimosamente también de represión, con la finalidad de brindar a la colectividad un razonable margen de seguridad.
- ✓ El haber abordado la investigación sobre estrategias comunicacionales en el manejo de la información policial, ha sido una labor enriquecedora para mí. He descubierto que la comunicación, a través de cualquiera de sus canales, es indispensable para el funcionamiento y progreso de las instituciones y de la sociedad toda.

Recomendaciones

- ✓ La Policía Nacional de Tránsito del cantón debe resaltar los valores y obligaciones del policía dentro de la Institución. También se debe mantener debidamente informado al policía sobre sus deberes y derechos.
- ✓ Se debe diseñar y distribuir comunicados de prensa bien estructurados a los diferentes medios de comunicación para que informen a la comunidad sobre hechos suceso que acontezcan an el cantón oportunamente.
- ✓ Participar activamente y apoyar en toda iniciativa, por pequeña que sea con relación a la comunicación e información que vaya en beneficio de la comunidad.
- ✓ Es menester que las personas que estén a cargo de la difusión de la información policial sean profesionales en la rama y que posean los conocimientos necesarios para difundir de mejor manera la información a sus públicos.
- ✓ Es necesario formar docentes policiales que sirvan para ejecutar labores de enseñanza aprendizaje en relación a la comunicación e información.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMORES, Rafael “COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL”, 1 ed. 2000.
- ÁLVAREZ GARZÓN, Lorena, “Introducción a la comunicación”, módulo. Pág. 32.
- ÁLVAREZ GARZÓN, Lorena. “Modulo de comunicación institucional” periodo marzo/septiembre 2003.
- ASTI VERA, Armando, “La metodología y el método científico”, pag16.1990.
- BARTOLI, A., Comunicación y Organización. La Organización Comunicante y la Comunicación Organizada. Ediciones Paidós Ibérica, España, 1992.
- BASTARDAS BOADA, Albert (1995). Comunicación humana y paradigmas holísticos, CLAVES de razón práctica, 51, pp. 78-80.
- BARBERO, Jesús Martín: Comunicación masiva: discurso y poder, Colección Intyan, Quito, 1989.
- CIBANAL, Luís (2006). Teoría de la comunicación humana.
- DANCE, Frank. Teoría de la Comunicación Humana. Edit. Troquel. Buenos Aires. 1973. Pp391- 417.
- DIEMERINO EDITORES, “Tutoría de la investigación científica” Pág. 57, 58, Quito ,2004.
- Diccionario jurídico elemental/edición actualizada por Guillermo Cabanellas de las Cuevas-21 ed. Buenos Aires: Heliasta, 2007.
- (Diccionario Océano Uno.) “Comunicación social” Edición 2002.
- Diccionario pequeño Larousse ilustrado, Ramón García- Pelayo y Gross, 1992.
- DOCTRINA POPLICIAL-Comunicación Estratégica.

- (Enciclopedia Salvat de la Comunicación)
- FALCONÍ, Franklin, “Modulo de Planificación de la Comunicación” ciclo académico quinto.
- FRIEDMANN, “Planificación para la comunicación” Pág, 2,1978.
- LOSADA DÍAZ, José Carlos, “La comunicación Organizacional”, 2004.
- Microsoft ® Encarta ® 2009. “La comunicación”
- (MICROSOFT ENCARTA 2009 Biblioteca Premium)
- SHANNON Y WEBER, “Mathematical Theory of Communication”, 1949.
- PASQUALI, Antonio. Comprender la Comunicación. Monte Ávila Editores. Caracas, 1979. Pp. 33-63.
- PASQUALI, Antonio. Comunicación y Cultura de Masas. Monte Ávila Editores. Caracas, 1980, pp. 47- 76.
- VILLAROEL MOREJÓN, César, “Orientaciones didácticas para el trabajo docente”, Pág. 330, 331, 332, Quito, 2002.
- VILLAMAR. C. José, Síntesis de la Historia Universal de la Comunicación, pág. 51-1978.

LINKOGRAFIA

- (www.monografias.com/comunicación).
- http://html.rincondelvago.com/comunicacion-organizacional_2.html

- <http://www.mitecnologico.com/Main/ConceptoYCampoDeLaComunicacionOrganizacional>
- <http://monografias.com/Economía/>
- <http://monografias.com/computación/internet/>
- <http://monografias.com/trabajoscomunicacion7/>
- <http://cositarosarina.wordpress.com/2008/03/11/informacion-policial/>
- <http://www.wordreference.com/definicion/credibilidad>
- <http://www.jornadas.sidar.org/2005/ponencias/yusef/pagina12.php>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n_Institucional"](http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n_Institucional)
- <http://www.google.com.ec/search?hl=es&q=tipos+de+Comunicaci%C3%B3n+institucional&meta=>
- http://www.protocolo.org/miscelaneo/monograficos_y_reportajes/la_noticia_de_prensa_historia_como_se_redacta_elementos_que_la_componen.html
- <http://www.ajeasturias.com/V2/Control/file/COMPYTE/Herramienta%20Comunicacion%20interna.pdf>
- <http://www.ajeasturias.com/V2/Control/file/COMPYTE/Herramienta%20Comunicacion%20interna.pdf>
- <http://www.google.com/search?client=firefox-a&rls=org.mozilla%3Aes-ES%3Aofficial&channel=s&hl=es&source=hp&biw=1366&bih=575&q=ESTRATEGIAS+COMUNICACIONALES&>

OTRAS FUENTES

- Diario El Universo, “Caso Fybeca” página A-6, el 22 de Diciembre del 2003.
- Diario El Comercio, “Caso Fybeca” Pág. 7, Miércoles 17 de Diciembre del 2003.
- Diario El Universo “Caso Fybeca” Pág. 6, del 17 de Diciembre del 2003.
- Diario El Tiempo, “Caso Fybeca” del 09 de Diciembre del 2003.
- Diario El Tiempo, “Caso Fybeca” genera varias interrogantes sobre la información policial en el operativo, Pág. 8, del 15 de Diciembre del 2003.

ANEXOS

ANEXOS N° 1

ENCUESTA PARA SER APLICADA A LOS CIUDADANOS QUE HABITAN Y TRABAJAN EN EL CENTRO DE LA CIUDAD.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

FECHA: -----

LUGAR: -----

1.- Cree usted que la Policía Nacional de Tránsito de Latacunga comunica al público todos los sucesos, hechos y noticias que conoce.

A veces () Casi siempre ()

Rara vez () Nunca ()

2.-Confía usted en la comunicación e información que emite la Policía Nacional de Tránsito de Latacunga, a través de los diferentes medios de comunicación social.

SI () NO ()

3.- Cree usted que la Institución Policial emite la información o comunicación a tiempo a la sociedad.

SI () NO ()

4.- ¿Considera usted que la Información emitida por la Policial Nacional de Tránsito de Latacunga es creíble?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

5.- ¿La Información Policial es real?

SI () NO ()

6.- ¿La Información Policial es manipulada antes de darse a conocer al público?

SI () NO ()
Siempre () Casi Siempre ()
Nunca ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXOS N°2

ENCUESTA PARA SER APLICADA A LOS MIEMBROS DE LA POLICIA NACIONAL DE TRÁNSITO DE LATACUNGA.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

FECHA: -----

LUGAR: -----

1.-Sabe usted que significa Comunicación e información.

SI () NO ()

2.- Conoce usted si existe algún Proyecto de estrategias comunicacionales en el manejo de la Información Policial en la Jefatura de Tránsito del cantón Latacunga.

SI () NO ()

3.- Cree usted que la población Latacungueña siente desconfianza y rechazo en la información que emite la Policía de Tránsito de Latacunga.

SI () NO ()
A veces () Casi siempre ()
Rara vez () Nunca ()

4.- ¿Qué estrategia considera más adecuada para emitir la información a la ciudadanía?

Boletín de prensa ()
Prensa escrita ()
Programa radial semanal ()
Otros ()

5.- ¿La Información Policial es real?

SI () NO ()

6.- ¿Considera usted que la Información Policial es emitida de una manera oportuna?

SI () NO ()
Siempre () A veces ()
Nunca ()

7.- ¿La Información Policial es manipulada antes de darse a conocer al público?

SI () NO ()
Siempre () Casi Siempre ()
Nunca ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N° 3

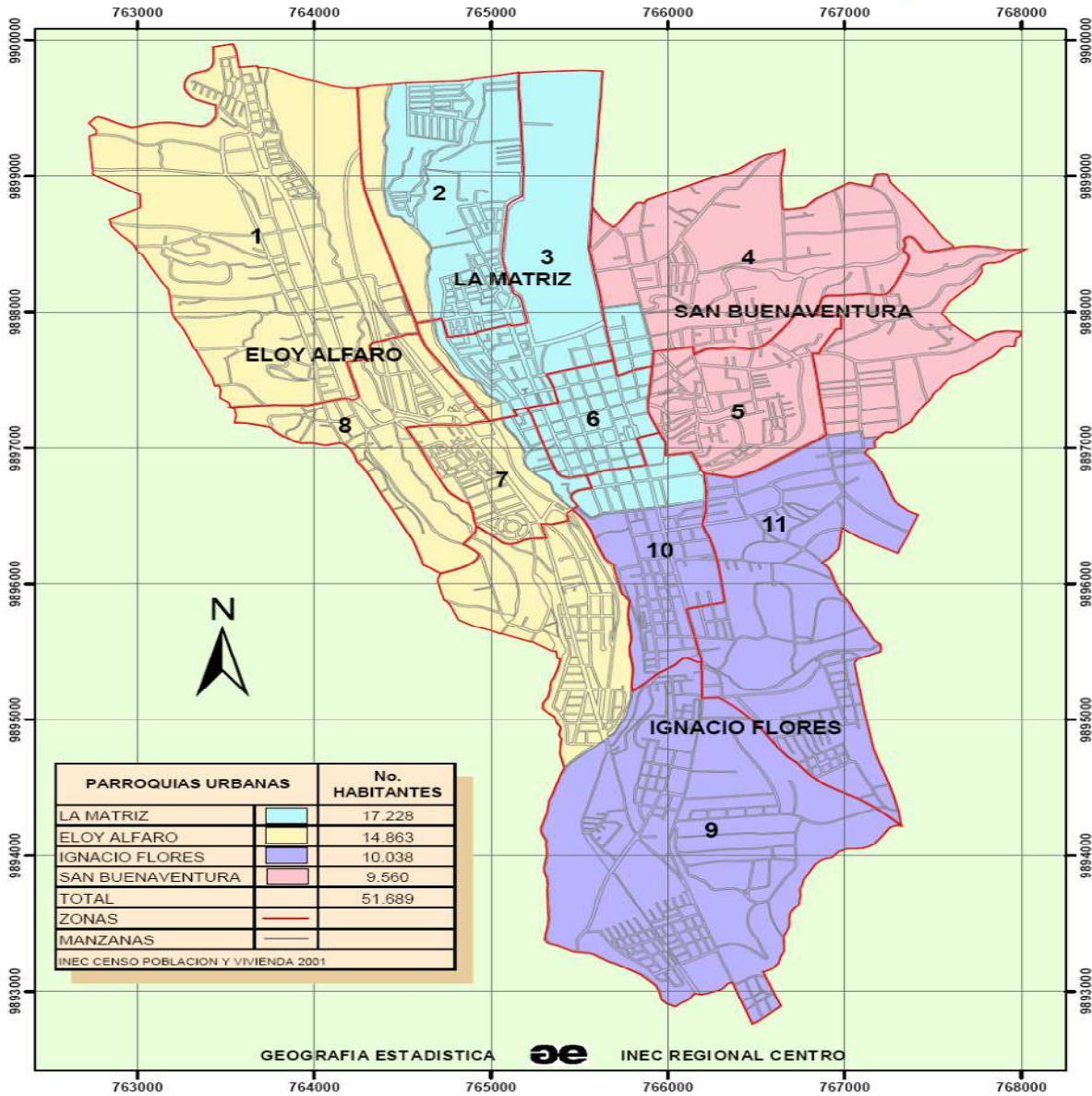
FOTOS DE LA JEFATURA DE TRÁNSITO DE LATACUNGA



ANEXO N°4



**PLANO DE LATACUNGA
PARROQUIAS URBANAS**



ANEXO N° 5

VISITA AL TNTE. DANILO FREIRE SOLICITANDO AUTORIZACIÓN
PARA LA INVESTIGACIÓN



TNTE. DANILO FREIRE RESPONDE A LA ENCUESTA PLANTEADA



ANEXO N° 6

POLICIAS DE TRÁNSITO DEL CANTÓN RECIBIENDO INSTRUCCIONES PARA SU RUTINA DIARIA



ANEXO N° 7

POLICIAS RESPONDIENDO LAS ENCUESTAS PLANTEADAS



ANEXO N° 8

OFICINA E INSTRUMENTOS PARA LA DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN



EGDO. EDGAR SÁNCHEZ LABORA EN EL ILUSTRE MUNICIPIO DE LATACUNGA, RESPONDE A LAS PREGUNTAS PLANTEADAS



ANEXO N° 9

CIUDADANOS LATACUNGUENOS QUE TRABAJAN EN EL CENTRO DE LA CIUDAD, RESPONDIENDO LAS PREGUNTAS PLANTEADAS



ANEXO N° 10

MODELOS DE BOLETINES DE PRENSA

Boletín de Prensa



TRABAJOS PERMITIRÁN ASEGURAR SUMINISTRO DE ENERGÍA AL ORIENTE

Boletín de Prensa No. 081

Quito, D.M. 01 de diciembre de 2010

La Empresa Pública Corporación Eléctrica del Ecuador CELEC EP, a través de su Unidad de Negocio Transeléctric, responsable del transporte de energía en todo el país, informa a la ciudadanía que alertados por el proceso eruptivo del volcán Tungurahua, en el mes de agosto se realizaron trabajos en la línea de transmisión Agoyán – Totoras de 138.000 voltios, línea que abastece de energía eléctrica desde el Sistema Nacional a las provincias de Pastaza, Napo, Francisco de Orellana y Sucumbíos.

El suministro de energía al oriente se veía seriamente amenazado, si esta línea de 138.000 voltios colapsaba. La línea está ubicada en las faldas del volcán, en la ruta por donde bajaron los flujos piroclásticos en el evento de julio de 2006. Personal técnico de la Unidad de Negocio TRANSELECTRIC, construyó una variante definitiva en el tramo de la línea Agoyán - Totoras, con una inversión aproximada de 262.000 USD.

De esta forma se ha podido reducir notablemente el riesgo de suspensión del fluido eléctrico en forma prolongada, con la construcción de esta nueva ruta para la entrega de energía. Así se atenderá a los usuarios de las zonas de concesión de las empresas distribuidoras locales, como la Eléctrica Ambato EEASA y CNEL Regional Sucumbíos, en caso de presentarse alguna contingencia.

CELEC EP – TRANSELECTRIC, agradece por el apoyo brindado en su momento de las autoridades locales y sobre todo de los usuarios de las empresas eléctricas mencionadas, por las molestias ocasionadas, pero cuyo beneficio es ahora evidente.

Boletín de Prensa

REUNIÓN EN TORNO AL PROYECTO MILAGRO - MACHALA DE 230.000 VOLTIOS

BOLETÍN DE PRENSA No. 080

Quito, D.M. 25 de noviembre de 2010

Conscientes de la importancia que significa la realización de la obra de transmisión eléctrica que pretende reforzar el canal de abastecimiento de energía desde el sistema nacional a la provincia de El Oro, a través del proyecto Milagro – Machala de 230.000 voltios, el empresario bananero, Ing. Fabricio Espinoza (en representación propia y de la familia Marich), acompañado del Presidente del Colegio de Ingenieros Agrónomos, Ing. Kléber Navarro y el abogado, Segundo Solano, representante legal de la familia Naula, mantuvieron una reunión de trabajo con el Ing. Marcelo Vicuña, gerente de CELEC EP - TRANSELECTRIC, entidad estatal responsable de la construcción y posterior puesta en operación de esta obra cuyo trazado afecta principalmente a la zona agrícola de El Guabo.

“No nos oponemos a la construcción de la línea de transmisión, manifestamos nuestra preocupación de que no se hayan considerado alternativas en la ruta de la línea y en la mitigación del impacto que esta obra tendrá para la agricultura de la zona”, se pronunció el Ing. Fabricio Espinoza, en la reunión efectuada en las oficinas de CELEC EP – TRANSELECTRIC, este martes 23 de noviembre, en Quito. El sector bananero busca otras salidas en torno a la construcción del proyecto, que propone el paralelismo (la construcción de una línea de transmisión, junto a la existente pero de mayor capacidad de transporte de carga eléctrica), debido a que 20 km. de cultivo de banano, en la provincia de El Oro, se verían afectados.

El gerente de TRANSELECTRIC, reconoció que a la socialización del proyecto (iniciado hace 5 años) le ha faltado cobertura con todos los actores involucrados: “nuestro interés es zanjar diferencias y con su apoyo apuntalar al desarrollo de la provincia, el trabajo que realiza Transelectric va en esa línea”, indicó el Ing. Marcelo Vicuña, quien se comprometió a trabajar conjuntamente con el CONELEC (organismo de regulación y control del sector eléctrico ecuatoriano), en la revisión de la faja de afectación y reconocer los valores que correspondan, para lo cual cursó una comunicación solicitando se analice el tema.

Entre otras acciones acordadas, por ambas partes, estará la de disponer un perito para determinar la verdadera afectación económica a este sector. Así también, se procurará una revisión de las regulaciones que rigen a los sectores eléctrico y bananero, a fin de mitigar el impacto a los minifundios de monocultivo, a la fumigación aérea, entre otros aspectos relevantes.

Parte de la gestión que viene desarrollando la Unidad de Negocio TRANSELECTRIC, contempla un mayor involucramiento con las autoridades seccionales, con la ciudadanía y el respeto al ambiente, iniciativas que fueron acogidas por los representantes oreños que claman por un mayor acercamiento en el futuro a los agricultores, aviación civil y organismos ambientales para la planificación y desarrollo de estos importantes proyectos en El Oro.

DATO:

Esta reunión dio continuidad al evento que tuvo lugar en Machala el 22 de octubre, donde CELEC EP – TRANSELECTRIC, presentó su Plan de Abastecimiento de Energía Eléctrica para El Oro, a la cual asistieron las más altas autoridades de la provincia, asambleístas, así como representantes de varios sectores ciudadanos.

Policía Ecuatoriana incorporó a nueva Promoción de Oficiales Superiores

Jueves 22 de Octubre de 2009 10:21



La Policía Nacional del Ecuador incorporó a 34 oficiales de la Trigésima Cuarta Promoción del Curso de Estado Mayor; la Ceremonia fue presidida por el Ministro de Gobierno y Policía, doctor Gustavo Jalkh; Cúpula Policial, e invitados especiales, tuvo lugar la noche de este miércoles 21 de los corrientes en el "Palacio de Cristal" del Itchimbía. La Institución Policial ecuatoriana como garante de la paz y Seguridad Interna de la Nación, tiene en sus filas hombres y mujeres, que provienen del pueblo, que entregan su esfuerzo en beneficio de la sociedad ecuatoriana.

El Secretario de Estado en nombre del Gobierno Nacional, resaltó y felicitó a los nuevos oficiales en el grado de Coroneles por la nueva etapa académica alcanzada, lo que significa que la Institución Policial crece en sabiduría y servicio. "Este nuevo rango involucra una mayor responsabilidad para dirigir grupos humanos y servir mejor a la sociedad, la Institución Policial da un paso más de crecimiento en sabiduría, autoridad y capacidad de servicio".

El doctor Gustavo Jalkh, además destacó, el apoyo y respaldo del Régimen a la policía ecuatoriana, pero a su vez demandó un mayor esfuerzo, para cumplir con los fines institucionales con más aciertos en beneficio de la ciudadanía. "Hay un cambio que busca una cultura institucional renovada, necesitamos profundizar conocimientos y saber cuáles son los modelos organizativos para servir mejor. La Policía Nacional todos los días lucha con valentía contra la delincuencia, el ser buenos servidores muchas veces se logra con sacrificios, incluso a costa de la propia integridad, porque el servir y proteger no es un lema institucional, sino una realidad en cada uno de los actos de la noble Institución Policial; felicitaciones a quienes en esta noche se incorporan, felicitaciones a sus familias que les acompañan en este esfuerzo", sentenció el Secretario de Estado.

En la misma ceremonia especial, el Coronel de Policía de Estado Mayor, Pablo Miguel Rodríguez Torres, recibió de manos del Ministro de Gobierno, el Acta de Incorporación de la Primera Antigüedad de la Trigésima Cuarta Promoción, del Curso de Estado Mayor de la Policía Nacional, año 2008-2009.

UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI

R.U.C. 0560001270001
LATACUNGA - ECUADOR

FORMULARIO PARA SOLICITUD
Decreto Legislativo No. 618 del 24 de Enero de 1995

VALOR USD. 0.20

SERIE "D"

Nº 240790

Latacunga, 17 de junio 2010

Teniente:

Daniilo Freire

JEFE (E) DE LA JEFATURA PROVINCIAL DE TRÁNSITO DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI

Presente.-

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo y a la vez deseándole éxitos en sus funciones.

Yo, Sonia Jacqueline Solórzano Sánchez, con cédula de identidad 120387664-2, egresada de la Carrera Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, me dirijo a usted de la manera más comedida para solicitarle su autorización y facilidades para realizar mi tesis en la Institución que usted dirige cuyo tema es: **"ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES EN EL MANEJO DE LA INFORMACIÓN POLICIAL DE LA JEFATURA DE TRÁNSITO DEL CANTÓN LATACUNGA PARA LOGRAR NIVELES ACEPTABLES DE CREDIBILIDAD EN LOS CIUDADANOS QUE HABITAN Y TRABAJAN EN EL CENTRO DE LA CIUDAD. DURANTE EL PERIODO COMPRENDIDO ENTRE AGOSTO A OCTUBRE DEL 2009"**.

Por la favorable atención prestada a mi pedido, anticipo mis más sinceros agradecimientos.

Atentamente,


Ing. Sonia Solórzano Sánchez
C.I. 120387664-2

JEFATURA PROV. DE TRÁNSITO DE COTOPAXI
RECEPCION DE DOCUMENTOS
Fecha: 21/06/2010 Hora: 5:11:20
Procedencia:
Firma: