



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**PRESENCIAL**

**INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN  
CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**

**MENCIÓN: COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

INCIDENCIA DE LOS MEDIOS IMPRESOS EN EL DESARROLLO SOCIAL  
DEL SECTOR VULNERABLE "LAS TOLAS" DEL CANTÓN BABAHOYO.

**AUTORA**

ERIKA ROSANNA RIVERA TORRES

**TUTOR**

LIC. TEÓFILO ROJAS MACHADO

**LECTOR**

LCDO. WASHINGTON JAVIER PAGUAY BALLADARES, MSC.

**BABAHOYO, OCTUBRE 2016**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**PRESENCIAL**

**DEDICATORIA**

Este proyecto de investigación es dedicado a Dios, por haberme dado la vida y permitirme haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación estudiantil.

A mi madre, por ser el pilar más importante, demostrándome su cariño apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones.

A mi padre, porque siempre me ha ayudado en todo lo que he necesitado y más aún en mi educación.

A mis hermanas por el apoyo incondicional en mi vida.

A mis dos gotitas de agua que son mi inspiración para superarme y ser mejor cada día.

**Erika Rosanna Rivera Torres**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**PRESENCIAL**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco profundamente a Dios, por guiarme en el sendero correcto de la vida, cada día en el transcurso de mi camino iluminándome en todo lo que realizo.

A mis padres por la confianza y el apoyo brindado en el trayecto de mi vida, por demostrarme su amor, corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos, en especial a mis hijas mis Gotitas de Agua por darme esa fuerza de seguir adelante.

A mis maestros que me impartieron sus conocimientos y experiencias en el transcurso de mi vida estudiantil y que me ayudaron de una u otra forma para hacer posible la realización de este proyecto.

A mis amigos y amigas y a todas las personas que me incentivaron y me motivaron para seguir adelante con los objetivos de este propósito.

**Erika Rosanna Rivera Torres**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**PRESENCIAL**

**AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL**

Yo, Erika Rosanna Rivera Torres, portadora de la cédula de ciudadanía No 120558960-7, en calidad de autor (a) del Informe Final del Proyecto de Investigación, previo a la Obtención del Título de Licenciada en Ciencias de la Educación Mención: **COMUNICACIÓN SOCIAL**, declaro que soy autor (a) del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal, con el tema:

**INCIDENCIA DE LOS MEDIOS IMPRESOS EN EL DESARROLLO SOCIAL DEL SECTOR VULNERABLE "LAS TOLAS" DEL CANTÓN BABAHOYO.**

Por la presente autorizo a la Universidad Técnica de Babahoyo, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen.

---

Erika Rosanna Rivera Torres  
**CI. 120558960-7**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**PRESENCIAL**

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME  
FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA  
SUSTENCIÓN.**

Babahoyo, 01 de Noviembre del 2016

En mi calidad de Tutor del Informe Final del Proyecto de Investigación, designado por el Consejo Directivo con oficio 002-WJPB-CIDCS, con 29 de Julio del 2016, mediante resolución CD-FAC.C.J.S.E. – SO-007-RES-001-2016, certifico que el Sr. (a) (ta) Erika Rosanna Rivera Torres, ha desarrollado el Informe Final del Proyecto titulado:

**INCIDENCIA DE LOS MEDIOS IMPRESOS EN EL DESARROLLO  
SOCIAL DEL SECTOR VULNERABLE "LAS TOLAS" DEL CANTÓN  
BABAHOYO.**

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del Informe Final del Proyecto de Investigación y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.

---

Lic. Teófilo Rojas Machado

**DOCENTE DE LA FCJSE.**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**PRESENCIAL**

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL LECTOR DEL  
INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
PREVIA A LA SUSTENCIÓN.**

Babahoyo, 01 de Noviembre del 2016

En mi calidad de Lector del Informe Final del Proyecto de Investigación, designado por el Consejo Directivo con oficio 002-WJPB-CIDCS, con 29 de Julio del 2016, mediante resolución CD-FAC.C.J.S.E. – SO-007-RES-001-2016, certifico que el Sr. (a) (ta) Erika Rosanna Rivera Torres, ha desarrollado el Informe Final del Proyecto de Investigación cumpliendo con la redacción gramatical, formatos, Normas APA y demás disposiciones establecidas:

**INCIDENCIA DE LOS MEDIOS IMPRESOS EN EL DESARROLLO  
SOCIAL DEL SECTOR VULNERABLE "LAS TOLAS" DEL CANTÓN  
BABAHOYO.**

Por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del Informe Final del Proyecto de Investigación y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.

---

Lic. Washington Javier Paguay Balladares, MSC

**DOCENTE DE LA FCJSE.**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**PRESENCIAL**

## **RESUMEN**

El propósito del presente trabajo investigativo surge de la necesidad de averiguar y dar a conocer las incidencias que se presenta en los principales medios de comunicación impresa de la ciudad de Babahoyo del sector Las Tolas de la Provincia de los Ríos.

Cabe recalcar que actualmente existen dificultades en llegar los medios impresos por factores de malas condiciones de carreteras, clima, Además, la influencia que generan esos discursos en los lectores durante el período comprendido del 2015 al 2016, para lo cual se han tomado referentes conceptuales para establecer el marco teórico y las categorías de análisis de las críticas. De esta manera se busca comenzar a elaborar un tríptico es un método efectivo para difundir un mensaje a cero costo, es efectivo porque la publicidad se segmenta al mercado meta al que queremos dirigir nuestros esfuerzos.

Su presentación será en hoja de papel bond blanco de 75 gr, tamaño A4 doblada transversalmente en tres partes iguales. Colores de impresión blanco y negro. Fuente tipo Time News Román tamaño 12, espaciado entre líneas 1,15.

En el anverso constará el nombre del tríptico, fecha y número de edición.

Las secciones interiores contendrán temas relacionados a la salud, economía, clasificados, deportes, educación de escuela para padres incluyendo opiniones de psicóloga dando charlas, emprender campañas de comunicación dando a conocer beneficios de cada tema a tratar.

En el reverso se imprimirán direcciones de las instituciones públicas que prestan el servicio de los temas a tratar.

Entendiéndose que el espacio del que se dispone en un tríptico es extremadamente limitado para tratar simultáneamente todos los temas, la publicación de los mismos se hará individualmente en cada edición.

Estos trípticos se pueden distribuir en determinados sectores de la ciudad, específicamente los que sean de mayor concurrencia, consiguiéndose así que la información llegue a la ciudadanía mucho más rápido y consecuentemente sus resultados.

Por último, se exponen los principales problemas que enfrenta un los medios impresos en una ciudad de Babahoyo y de la profesión como tal, puesto que aún sigue siendo infravalorada.





**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**PRESENCIAL**

**RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE**  
**INVESTIGACIÓN**

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN, TITULADO: **INCIDENCIA DE LOS MEDIOS IMPRESOS EN EL DESARROLLO SOCIAL DEL SECTOR VULNERABLE "LAS TOLAS" DEL CANTÓN BABAHOYO.**

**PRESENTADO POR LA SEÑORITA: ERIKA ROSANNA RIVERA TORRES**

**OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:**

---

**EQUIVALENTE A:**

---

**TRIBUNAL:**

---

**[NOMBRE DEL DOCENTE]**

**DELEGADO DEL DECANO**

---

**[NOMBRE DEL DOCENTE]**

**PROFESOR ESPECIALIZADO**

---

**[NOMBRE DEL DOCENTE]**

**DELEGADO H.CONSEJO DIRECTIVO**

---

**[NOMBRE DE LA SECRETARIA]**

**SECRETARIA DE LA  
FAC.CC.JJ.JJ.SS.EE**



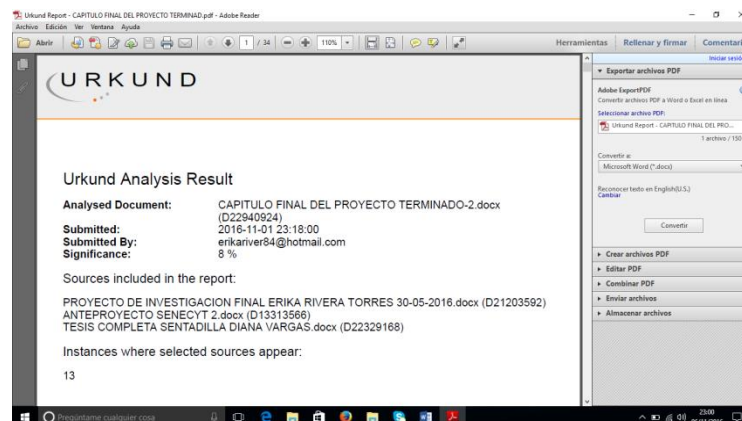
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**PRESENCIAL**

**INFORME FINAL DEL SISTEMA DE URKUND**

En mi calidad de Tutor del Informe Final del Proyecto de Investigación de la Srta. **Erika Rosanna Rivera Torres**, cuyo tema es: **INCIDENCIA DE LOS MEDIOS IMPRESOS EN EL DESARROLLO SOCIAL DEL SECTOR VULNERABLE "LAS TOLAS" DEL CANTÓN BABAHOYO**, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio Urkund, obteniendo como porcentaje de similitud de [8 %], resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución.

Considerando que, en el Informe Final el porcentaje máximo permitido es el 10% de similitud, queda aprobado para su publicación.

Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje del indicado.



Lic. Teófilo Rojas Machado

**DOCENTE DE LA FCJSE**

# Índice General

CARATULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL.....	iv
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENCIÓN.....	v
<b>CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL LECTOR DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENCIÓN.....</b>	<b>vi</b>
RESUMEN .....	vii
RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .	ix
INFORME FINAL DEL SISTEMA DE URKUND.....	x
Índice General.....	xi
INDICE DE CUADROS .....	xv
INDICE DE GRAFICOS .....	xvi
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPITULO I .....	3
1.8 Idea o tema de investigación .....	3
1.9. Marco Contextual. ....	3
1.9.1 Contexto Internacional.....	4
1.9.2 Contexto Nacional .....	5
1.9.3 Contexto Local.....	6
1.9.4 Contexto Institucional .....	6
1.10. Situación Problemática.....	7

1.11. Planteamiento del Problema .....	8
1.11.1. Problema General.....	8
1.11.2. Sub-Problemas o Derivados .....	8
1.12. Delimitación de la Investigación.....	8
1.13. Justificación .....	9
1.14. Objetivos de la Investigación .....	10
1.14.1. Objetivo general.....	10
1.14.2. Objetivos específicos.....	10
<b>CAPITULO II .....</b>	<b>11</b>
<b>2. Marco Teórico o Referencial.....</b>	<b>11</b>
2.1. Marco Teórico .....	11
2.2.4. Marco Conceptual.....	13
<b>División por su estructura física.....</b>	<b>17</b>
<b>Medios audiovisuales .....</b>	<b>17</b>
<b>La televisión .....</b>	<b>17</b>
<b>El cine .....</b>	<b>18</b>
<b>Medios radiofónicos .....</b>	<b>18</b>
<b>Medios impresos.....</b>	<b>20</b>
<b>Medios digitales .....</b>	<b>20</b>
<b>Estructura según su carácter.....</b>	<b>21</b>
<b>Informativos.....</b>	<b>21</b>
<b>De entretenimiento.....</b>	<b>22</b>
<b>De análisis .....</b>	<b>22</b>
<b>Especializados .....</b>	<b>23</b>
<b>La vulnerabilidad humana .....</b>	<b>23</b>

<b>La vulnerabilidad social</b> .....	23
2.2.5. Marco Referencial sobre la problemática de investigación. ....	25
2.2.5.1. Antecedentes Investigativos .....	38
• Cantón Babahoyo .....	45
2.2.5.2. Categoría de Análisis.....	45
2.2.6. Postura Teórica.....	46
2.3. Hipótesis .....	48
2.3.1. Hipótesis general .....	48
2.3.2. Sub-hipótesis o derivadas.....	48
2.3.3. Variables .....	48
<b>CAPÍTULO TRES</b> .....	49
<b>3 Resultados de la Investigación</b> .....	49
3.1 Resultados Obtenidos de la Investigación.....	49
3.1.1 Pruebas estadísticas aplicadas .....	49
3.1.2 Análisis e Interpretación de Datos .....	50
3.2 Conclusiones Específicas y Generales.....	52
3.2.1 Específica.....	52
<b>CAPITULO IV</b> .....	54
<b>4 Propuesta Teórica de Aplicación</b> .....	54
4.1 Propuesta de Aplicación de Resultados .....	54
4.1.1 Alternativa Obtenida .....	54
4.1.2 Alcance de Alternativa .....	56
4.1.3 Aspectos Básicos de la Alternativa.....	56
4.1.3.1 Antecedentes.....	57
4.1.3.2 Justificación .....	59

4.2.2 OBJETIVOS.....	61
4.2.2.1 Objetivo General .....	61
4.2.2.2 Objetivos Específicos .....	61
4.3.3 Estructura General de la Propuesta.....	61
4.3.3.1 TITULO .....	62
4.3.3.2 COMPONENTES.....	63
BIBLIOGRAFÍA .....	72
Linkografía.....	74
<b>Anexos</b> .....	75

## INDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Medios de Comunicación.....	50
Cuadro N° 2 Información de Interés .....	51
Cuadro N° 3 Medios escrito de preferencia .....	82
Cuadro N° 4 Valores Humanos .....	83
Cuadro N° 5 Archivo de información.....	84
Cuadro N° 6 Instrucción educativa .....	85
Cuadro N° 7 Ocupación laboral .....	86
Cuadro N° 8 Información de los medios impresos.....	87
Cuadro N° 9 Cuidado del ornato del sector .....	88

## INDICE DE GRAFICOS

Gráfico N° 1 Medios de Comunicación.....	50
Grafico N° 2 Información de Interés.....	51
Grafico N° 3 Medios escrito de preferencia .....	82
Grafico N° 4 Valores Humanos.....	83
Grafico N° 5 Archivo de información.....	84
Grafico N° 6 Instrucción educativa.....	85
Grafico N° 7 Ocupación laboral .....	86
Grafico N° 8 Información de los medios impresos .....	87
Gráfico N° 9 Cuidado del ornato del sector .....	88



## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se lo realizó en el sector vulnerable "Las Tolas" del cantón Babahoyo de la provincia de Los Ríos, donde fue investigado como fuente de información esta zona urbana marginal.

El objetivo del presente proyecto de investigación es que todos los medios de comunicación entre ellos la prensa escrita tengan información de calidad que llegue de manera verás, directa y oportuna a los habitantes del sector. La metodología utilizada será mediante encuestas donde se dará a conocer la profundidad de la problemática de una determinada población del sector "Las Tolas" del cantón Babahoyo.

Las acciones a realizarse en este proyecto serán emprender campañas de comunicación con entidades locales y gubernamentales, entre las posibles soluciones se consideran impulsar líderes barriales y realizar reuniones, capacitaciones entregar materiales divulgativos como; hojas volantes, dípticos, trípticos, así de esta manera los habitantes de este sector se puedan mantener informados actualizados enriqueciendo su cultura y llegar a ser ejemplo para otros sectores urbano marginales.

Los medios impresos los podemos encontrar en todas partes, uno de los más importantes son los periódicos y libros. Estos medios iniciaron principalmente con la invención de la imprenta ya que los manuscritos eran muy populares.

El diseño gráfico atiende la parte funcional y estética de esta porque conlleva un carácter en donde se busca que el receptor capte el mensaje que se quiera transmitir. Hablando corporativamente hablando podemos encontrar la logística de los elementos en pancartas u hojas membretadas se debe de tener en cuenta la legibilidad, proporción y distribución del diseño.

Aunque en la práctica no siempre es así, la investigación de los medios masivos de comunicación se suele emplear "para comprobar o descartar las corazonadas o la intuición de los que toman las decisiones". En este sentido,

un breve repaso histórico pone en claro que la investigación de los medios masivos ha evolucionado en instancias bien definidas.

Al mismo tiempo, en este proceso se dan patrones similares, producto de las demandas de investigación de cada uno de los medios específicos. En este contexto, se destaca estos cuatro fenómenos paradigmáticos que han impulsado el incremento de las investigaciones de medios. 1) La necesidad de entender la naturaleza de la propaganda. 2) La conveniencia de investigar los medios para planificar la comunicación publicitaria. 3) El creciente interés por comprender cuáles son los efectos de los medios sobre los públicos 4) La creciente competencia de los medios de comunicación en relación con el gasto publicitario.

La presencia de los medios impresos en el desarrollo social del sector vulnerable "Las Tolas" en nuestra vida cotidiana es una realidad inocultable actualmente ya que su influencia es más evidente cada día al grado de que se especula actualmente acerca de si su presencia en nuestra vida personal genera una adicción o no.

Se pretende analizar el impacto psicosocial de los medios impresos en el desarrollo social del sector vulnerable "Las Tolas" en nuestra vida cotidiana, para que el lector decida si seguirme mientras "arrastro la pluma", o para utilizar una expresión más acorde a nuestros tiempos "aporreo el teclado de mi computadora", o decida abandonar en este punto la lectura.

Antes de que surgieran los medios masivos de difusión (concretamente la televisión), las familias mantenían una relación interpersonal "cara a cara", estableciendo contacto visual y comunicándose verbal y no verbalmente. Existía una mayor interacción entre sus miembros, al sentarse a consumir alimentos, con juegos de mesa o simplemente a escuchar música. Los contenidos de la conversación incluían las vivencias personales de cada uno durante el día, permitiendo así una mayor integración familiar.

# CAPITULO I

## 1.8 Idea o tema de investigación

Incidencia de los medios impresos en el desarrollo social del sector vulnerable "Las Tolas" del cantón Babahoyo.

## 1.9. Marco Contextual.

Los medios de comunicación son definidos como el conjunto de técnicas y estrategias comunicacionales, las cuales permiten informar, entretener, vender, productos, ideas, imágenes, ya sean institucionales o personales, lo que permite conocer los diferentes tipos de culturas existentes e ideologías.

Los medios impresos conocidos son el periódico, diario, revistas, hojas volantes, dípticos y trípticos. Es importante distinguir entre cada uno de estos medios impresos, ya que varían tanto en cuanto a público, como en tiempos de salida y publicación.

El periódico llega prácticamente a casi todos los estratos sociales y hace una clara distinción en cuanto a los temas y el tipo de lector que lee cada publicación.

Existen diferentes tipos de periódicos, ya que se generalizado el uso de la palabra periódico para designar solo al diario con este parámetro, podemos designar como tal a los diarios, semanarios; las revistas mensuales, bimestrales, etc.

Cada diario tiene sus propias características tanto de tendencias como de editorial: algunos tienen posturas claras y definidas, otros son de interés financiero y económico; algunos más son neutrales; también los hay de crítica e izquierda; algunos son conservadores y otros tienen tintes amarillistas o escandalosos, pero todos tienen un segmento de población bien definido.

Hay diarios con ediciones matutina o vespertina, o con ambas; los primeros son los más generalizados.

Por lo regular y aun cuando la variedad permite llegar prácticamente a cada segmento, los periódicos son medios instrumentos para aquellos temas muy específicos, donde lo principal es que exista un nivel de educación, cuando menos, medio.

Los diarios son un recurso común para promociones, eventos especiales, lanzamientos, tienen una duración breve, se lee y se desecha cada día; cada mañana es diferente y eso permite hacer modificaciones dinámicas de lo que ha de aparecer en sus páginas.

Las revistas son de carácter mucho más accesibles que los diarios, responden a diferentes necesidades y crean un vínculo con sus lectores hay revistas especializadas en negocios, creatividad, publicidad, medicina, leyes, también existen revistas de entretenimiento, como las dirigidas a jóvenes y adolescentes, que tratan sobre modas, chismes, niños, arte, entre otros, y prácticamente se genera para todo público, lo que contratemos dependerá de nosotros, del producto o servicio que pretendamos anunciar y de la estrategia que persigamos.

### **1.9.1 Contexto Internacional.**

Los medios de comunicación en general son instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de forma masiva e internacional; es la manera como las personas, los miembros de la comunidad mundial se enteran de lo que sucede a su alrededor a nivel económico, político, social, ambiental, etc. siendo la representación física de la comunicación en nuestro mundo; es decir, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa teniendo una evolución significativa, ya que en cuanto a tecnología y estructura se refiere están, en capacidad de competir con el resto de los medios que existen en Latinoamérica.

Durante la década de los noventa se han multiplicado fusiones con el objeto de los procesos de mejorar la cobertura y llevar una programación de mayor calidad a la audiencia, pues a ella es a que se deben, la radio, televisión, y la prensa escrita ya que han adquirido la maquinaria avanzada, con edificaciones modernas y un personal más capacitados, con profesionales jóvenes en los medios en la actualidad, inmersos a mejorar abiertos a la innovación y al dinamismo del crecimiento.

En la actualidad las cadenas de radio que cubren el territorio nacional, cuentan con repetidoras en puntos estratégicos, para lograr una mayor cobertura, la televisión cuenta con antenas en puntos fuera de la ciudad para que una mayor población pueda tener una transmisión en los canales nacionales e internacionales, la Prensa escrita por igual también ha mejorado considerablemente su calidad en imágenes ya sean visuales, la diagramación, artículos editoriales y culturales, la diversificado los suplementos y agilizado su tiraje.

Los medios impresos muestran la mayor diversidad de todos, en términos de propiedad y contenidos. Comprenden desde diarios hasta revistas semanales, desde periódicos noticiosos hasta publicaciones para intereses especiales y de lo más disímolos. Para los efectos de esta publicación, el interés se centra en los diarios, si bien muchas de las normas y observaciones también son aplicables a otro tipo de medios impresos.

### **1.9.2 Contexto Nacional**

Los medios de comunicación nacen a través del desarrollo y avance que pueda llegar a obtener una sociedad, tanto que el medio no es solo un sistema que distribuye información, sino también, un sistema para transformarlo a un buen mensaje.

Los medios masivos de comunicación en la sociedad muestran una creciente influencia como formadores culturales, ya que determinan en gran

medida nuestras ideas, hábitos y costumbres, actualmente es posible obtener mucha información nacional con gran rapidez sin importar el momento en que sucedió.

Los medios de comunicación masiva contribuyen en gran parte a fijar las maneras de pensamiento de la sociedad; a establecer la agenda de los asuntos políticos, sociales y económicos que se discuten; a crear o a destruir la reputación de una organización, persona o grupo de personas; proporcionan información y elementos para que la persona o el público construyan, ponderen y formen sus opiniones.

### **1.9.3 Contexto Local**

En la sociedad actual, los medios de comunicación contribuyen así, a la consolidación o surgimiento de valores que el individuo admite como válido y natural para el mundo en el que vive, justamente uno de los aspectos contradictorios de la prensa es que se supone tiene la función de crear corrientes de opinión, lo cual implica optar por alternativas consideradas o no como válidas; y esto a su vez conlleva la posibilidad de manipular la opinión pública.

Las nuevas tecnologías y los medios de comunicación en modo especial, sus contenidos y efectos se han universalizado a través del tiempo y espacio, abarcando en gran parte las manifestaciones de todo tipo llegando a casi todos los ámbitos.

### **1.9.4 Contexto Institucional**

Los medios acompañan los procesos de sociabilización, ofrecen referentes de conocimiento muy importantes, imágenes del mundo exterior y de personajes que constituyen parámetros de interpelación, modelos étnicos y

sociales de éxito y fracaso, que interactúan con los que vienen de su familia, la institución, el barrio o el entorno social inmediato.

Los medios de comunicación lejos de tratar de crear necesidades en la población general busca cubrir las demandas actuales. Las necesidades y lujos de la sociedad son creadas a partir de esta misma, sin embargo no estamos exentos de que se idealicen los estereotipos.

### **1.10. Situación Problemática.**

En las sociedades contemporáneas es cada vez mayor la importancia de los medios masivos y en particular de la televisión. Esta influye sobre la forma de actuar o de pensar de las personas, logra modificar la forma en que los hombres conocen y comprenden la realidad que los rodea.

Se acepta como reales y se considera importante solo aquellos acontecimientos que muestran cada uno de los diferentes medios de comunicación que se encuentran en la ciudad de Babahoyo. La historia nos muestra que a lo largo de la vida del hombre los medios impresos han jugado un papel importante en su vida, por eso mediante este ensayo recorreremos la historia de estos y analizaremos como la llegada del internet lo puso en peligro mas no lo “extinguió” sino que lo hizo más fuerte.

La importancia de los medios de comunicación en el proceso de socialización de los chicos y jóvenes y de todos los integrantes de la sociedad están relacionadas con la calidad de los contenidos de los programas educativos, informativos y de entretenimientos que transmite y también de las publicidades que influyen en los hábitos de consumo de la población por lo que por medio de la realización de este problema se quiere conocer de qué formas se puede ayudar a los sectores vulnerables de la ciudad de Babahoyo por lo que se llega a establecer el siguiente problema:

## **1.11. Planteamiento del Problema**

### **1.11.1. Problema General**

¿Cuál es el aporte social de los medios de comunicación impresos en el desarrollo de los sectores vulnerables Las Tolas en la ciudad de Babahoyo?

### **1.11.2. Sub-Problemas o Derivados**

- De qué manera los medios impresos pueden ayudar al sector Las Tolas del cantón Babahoyo a solucionar problemas de información que se dan en cada uno de ellos
- Indagar sobre el tema elegido en diversos medios y con diversas fuentes, de tal manera que se fortalezca el conocimiento sobre los medios de comunicación.
- Demostrar la influencia de los medios de comunicación en sus lectores.

## **1.12. Delimitación de la Investigación**

La investigación del presente trabajo de tesis se la realizó en el sector Las Tolas de la ciudad de Babahoyo, capital de la Provincia de Los Ríos.

En el año 2015, por cuanto los actores involucrados, sus vivencias, facilitan el análisis y la investigación del problema.

**Cantón:** Babahoyo.

**Provincia:** Los Ríos.



### **1.13. Justificación**

En el presente trabajo se podrá conocer sobre la influencia indirecta que tienen los medios de comunicación sobre los moradores de los sectores vulnerables de Las Tolas en la ciudad de Babahoyo. Pero muchas veces, por el déficit de información que reciben a diario de los diversos medios que los rodean y que cada vez son menos, caen en cuenta que no son sujetos críticos de la realidad, simplemente toman lo que nos llega y lo transmitimos a los demás, lo paradójico, es que cada vez que llega más información, más se contradice ésta y más desinformados están. Es útil para la comunidad en general el presente trabajo, porque abre las miradas a una crítica sobre nuestras costumbres y sobre dejar de ser sujetos pasivos de la comunicación para convertirnos en sujetos activos de ella.

Muchas veces los moradores del sector han emitido comentarios o crítica sin fundamento sobre algún suceso ocurrido ya que solo se limitan a escuchar y transmitir las opiniones de los demás, sin conocer la veracidad de lo sucedido y sin saber si esa información que han escuchado ha sido previamente verificada, contrastada precisa y contextualizada, como lo estipula el Art. 22 de la Ley Orgánica de Comunicación.

Por ello se eligió este tema, para investigar sobre los medios de comunicación y cómo éstos pueden ayudar a los sectores vulnerables que viven en Las Tolas en la ciudad de Babahoyo, donde se piensa que están informados y muchas veces caen en la desinformación.

## **1.14. Objetivos de la Investigación**

### **1.14.1. Objetivo general**

Conocer de qué manera los medios de comunicación impresos pueden ayudar de tal forma a los sectores más vulnerables de la ciudad de Babahoyo.

### **1.14.2. Objetivos específicos**

- Conocer de qué manera los medios impresos pueden ayudar al sector Las Tolas del cantón Babahoyo a solucionar problemas de información que se dan en cada uno de ellos.
- Indagar sobre el tema elegido en diversos medios y con diversas fuentes de tal manera que se fortalezca el conocimiento sobre los medios de comunicación.
- Demostrar la influencia de los medios de comunicación en sus lectores.

## **CAPITULO II**

### **2. Marco Teórico o Referencial**

#### **2.1. Marco Teórico**

Los medios de comunicación nacen por la necesidad del ser humano en dar a conocer, su información a través del desarrollo y avances de la sociedad, tanto que el medio no es solo un sistema de distribución de mensajes, sino también un sistema para transformarlo a un buen mensaje, uno de los grandes inventos con los que se originó la prensa escrita fue el descubrimiento de la Imprenta por Juan Gutemberg, este descubrimiento dio la pauta para que surgiera la comunicación escrita, que hoy en día se encuentra circulando en países desarrollados y subdesarrollados.

Etimológicamente, la palabra “comunicación” proviene de la raíz latina *comunicare*, “hacer común”, que significa compartir, es decir, emitir un mensaje que será recibido y a su vez respondido.

Todo proceso vital se estructura sobre una red de comunicación en sus diferentes niveles, se puede afirmar que ninguna acción negativa o positiva en el universo, queda sin respuesta, y esta es simplemente la consecuencia de una estructura organizada, armónica e infinita de comunicación.

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

Los medios de comunicación se han ido preparando para enfrentar la Globalización que es lo que está actualmente revolucionando al mundo moderno.

La capacidad que tenemos de percibir y recoger la información necesaria, un mensaje es el conjunto de signos que llevan una determinada información, la comunicación en la cibernética será una alternativa en la medida en la que se asuma la complejidad de los procesos antes mencionados el aprendizaje incluye el proceso de información a través de enseñanzas, donde es importante la información que los maestros, la sociedad que suministran los jóvenes actualmente constituyéndose en una herramienta persuasiva que nos permiten mantenernos en continua comunicación con los distintos sucesos sociales, políticos y económicos tanto a escala nacional como internacional.

Los medios impresos es un término bastante utilizado que se refiere al medio que difunde material impreso. En la vida diaria nos referimos a los medios impresos como la industria asociada con la impresión y sobre todo con la distribución de noticias a través de una red de medios de comunicación, como periódicos y revistas. Las personas también se refieren a los medios impresos con el término "prensa", el cual es un canal de comunicación que tiene el objetivo de llegar a un gran número de personas.

Los principales medios de comunicación en la actualidad son: el periódico, los libros, el telégrafo, el teléfono, la radio, la televisión e internet, los satélites, además, han permitido una comunicación más amplia y eficiente especialmente en la televisión y la telefonía.

Aún en situaciones en donde el gobierno controla una buena parte de los medios de telecomunicación, los medios impresos usualmente se ubican en manos privadas. Es posible que las principales excepciones sean los sistemas autoritarios o dictatoriales donde es poco probable que la celebración de elecciones libres figure en la agenda. Pero también hay países, como algunos del norte de Europa, donde se brinda un subsidio público a los periódicos para procurar la diversidad política de la prensa. En países que van saliendo de regímenes dictatoriales, los donantes de ayuda a menudo subsidian diarios privados con un propósito similar. Sin embargo, los periódicos obtienen, por

mucho, sus principales ingresos de publicidad y ventas (siendo usualmente los de publicidad mucho más significativos).

El ideal de un "cuarto estado" o "cuarto poder" - los medios como fiscalizadores del gobierno-, es quizá más efectivo en los medios impresos que en las telecomunicaciones. Es probable que al menos algunos periódicos de cualquier país conduzcan una investigación seria de la información o comenten de una forma relativamente profunda o sofisticada los acontecimientos. Esto no siempre es cierto en el caso de la radio y la televisión.

Los medios impresos incluyen todas las formas impresas: periódicos, boletines, folletos, revistas y panfletos, así como libros y otros materiales de lectura. La gran mayoría de los medios impresos son publicaciones que venden espacios publicitarios para obtener ingresos. Los medios impresos como revistas y diarios son locales o nacionales, aunque muchas revistas son internacionales. Dentro de estos medios también se incluyen anuarios, presentaciones para eventos y programas en nuestro caso estudiaremos como inciden los medios impresos en el desarrollo social del sector vulnerable "Las Tolas" del cantón Babahoyo.

La comunicación se encuentra a la base de la formación de las sociedades humanas, el hacer común experiencias, sentimientos y deseos a través de gestos, sonidos y señales, que originó la integración de los grupos humanos, este hecho no es casual ni aislado, la comunicación es inherente a la vida y está presente desde las interacciones de los electrones, neutrones y protones en el microcosmos, todo proceso vital se estructura sobre una red de comunicación en sus diferentes niveles, se puede afirmar que ninguna acción negativa o positiva en el universo, queda sin respuesta. (Pellegrini, 2007).

#### **2.2.4. Marco Conceptual**

Los medios impresos son muy antiguos, siglos atrás ya los pueblos dejaban constancia de su vida y de algunas de sus costumbres utilizando

papiros, pinturas, jeroglíficas, que más tarde se convirtieron en el detallado y perfecto proceso de escritura que conocemos y usamos.

El alfabeto es importante en el mundo de la comunicación porque representa la primera forma tangible de comunicación impresa, que más tarde consolidó la comunicación de masas.

Las audiencias conocen y distinguen lo más importante cuando leen los medios impresos. Las audiencias confían en la prensa y la usan como una representación de su entorno social y su comunidad. La gente adopta los temas de la prensa como propios. Las personas se interesan más en los asuntos públicos, de ahí la importancia de los medios impresos, ya que acercan a la gente a los temas particulares de interés público. El papel y la función de los medios impresos han sido de gran importancia a lo largo de los siglos, y es probable que lo siga siendo.

Posteriormente con la invención de la imprenta por el alemán (Gutenberg, 1474) la producción de libros se multiplicó, proceso que fue estimulado de manera particular por la monarquía y la iglesia, principales grupos de poder de la época. (BECERRA, 2009)

La evolución de la imprenta, hoy la mayor parte de las impresiones tienen un carácter digital, sistema tecnológico que ha permitido la consolidación de un amplio y exitoso mercado editorial, en el cual el diseño juega un papel fundamental y presenta una de las pruebas más tangibles de la evolución de los medios impresos.

La necesidad de comunicarse indudablemente tiene sus orígenes en los mismos albores de la humanidad, cuando amanece la raza humana, hace diez millones de años en algún lugar del África.

El hombre primitivo desarrolló una base anatómica para un complejo lenguaje hablado, que le permitió distanciarse de otras especies menores incapaces de pronunciar sonidos con significado abstracto. Sin embargo, los

medios de comunicación en su conjunto tienden a reflejar las concepciones de los grupos dominantes de la sociedad.

Hay que reconocer que las posibilidades que brindan las nuevas tecnologías visiones de integración y un conocimiento inmediato de lo que ocurre en latitudes distintas a la nuestra; han posibilitado el intercambio de información de uno al otro lado del mundo, entre personas que jamás estarían juntas, pero al mismo tiempo, esa globalización o mundialización de la sociedad ha despertado justificados temores, principalmente en materia de la persona humana, cuando los medios de comunicación puedan ser utilizados para impedir la libertad. (BECERRA, 2009)

Las nuevas tecnologías de la información nos permiten vivir al instante la cotidianidad del mundo entero; nada de lo que acontece en el mundo nos es ajeno. Esto es importante para la integración de nuestros pueblos, sin embargo, como muchos otros aspectos de la sociedad mundial, el nuevo orden informativo se ha desarrollado de forma desigual, y refleja las divisiones entre las sociedades desarrolladas y los países subdesarrollados, dependientes no sólo en la parte económica, sino también cultural, a través de los medios de comunicación social.

Los medios de comunicación son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual. Algunas veces son utilizados para comunicar de forma masiva, para muchos millones de personas, como es el caso de la televisión o los diarios impresos o digitales, y otras, para transmitir información a pequeños grupos sociales, como es el caso de los periódicos locales o institucionales.

Todos los días, los individuos y las comunidades acceden a material informativo que describe, explica y analiza datos y acontecimientos políticos, sociales, económicos y culturales, tanto a nivel local como en el contexto global. Para comienzos del siglo XXI, y en casi todas sociedades que habitan el mundo, los periódicos, estaciones radiales y páginas web son ejemplos de la compleja naturaleza de los medios de comunicación.

En nuestras sociedades, estos canales son esenciales para el establecimiento y desarrollo de todo proceso de interacción humana. Los medios de comunicación son la materialización física de la necesidad de relacionarse entre sí que tienen todos los humanos. Mediante ellos se describen situaciones y problemas propios de nuestra realidad y, en la mayor parte de las oportunidades, se plantean análisis que contribuyen a su discusión. Los medios de comunicación permiten establecer procesos de intercambio de conocimientos y debates de carácter social. (AZNAR H., 2009)

A pesar de que en estos tiempos nuestra relación con los medios de comunicación sea un asunto cotidiano y casi natural, pues a diario vemos, escuchamos, leemos y estamos en contacto con diversas plataformas informativas, es importante tener en cuenta que no existe una definición que englobe todo su significado. De acuerdo al contexto de discusión, los medios de comunicación adquieren objetivos, beneficios y usos diferentes.

Para algunos sectores de la sociedad contemporánea, los medios de comunicación son la manera más eficaz y rápida de transmitir un mensaje. Por ejemplo, una página web es útil para publicar un contenido que necesite divulgación inmediata entre varios sectores de nuestra comunidad. Sin embargo, para otros sectores de la sociedad, estos mismos medios de comunicación son entendidos como una herramienta política o como un vehículo de manipulación social.

En nuestros tiempos, el exceso de información que recibimos a diario le ha dado un nuevo valor a la capacidad y la eficiencia para transmitir un mensaje de manera masiva. Diferentes sectores de la sociedad son conscientes de este valor y por eso utilizan los medios de comunicación para hacerse escuchar o para imponer su visión de los problemas. Así también, hay sectores de la sociedad que se acercan a los medios de comunicación en busca del reflejo de un momento específico, es decir, que los utilizan como un documento histórico o como un dispositivo en el que se manifiesta lo positivo y lo negativo de una situación o de un contexto histórico determinados. (BAKER E., 2011)



## **División por su estructura física**

Los medios de comunicación se dividen, por su estructura física, en:

### **Medios audiovisuales**

A rasgos generales, los medios audiovisuales son los que pueden ser escuchados y vistos. Es decir, los dispositivos que se basan en imágenes y sonidos para transmitir la información, como es el caso de la televisión y el cine.

### **La televisión**

Desde su aparición en los años 30 hasta comienzos del siglo XXI, la televisión ha sido el medio con mayores índices de público o audiencia a nivel mundial. Esto se debe a sus características como herramienta informativa: su inmediatez en el cubrimiento de acontecimientos, los recursos que utiliza (imágenes, sonido, presentadores, set's de grabación) y, sobre todo, la posibilidad que ofrece de ver los hechos-y a sus protagonistas-en tiempo real y a kilómetros de distancia.

Aún hoy en día, con la llegada de nuevos medios de comunicación, la televisión mantiene su nivel de influencia sobre la mayor parte de los sectores de la sociedad, pues sus dispositivos son baratos y de fácil acceso.

A nivel formal, la televisión plantea el uso de una gran variedad de formatos a la hora de transmitir la información. Entre ellos sobresalen noticieros, telenovelas, documentales, reportajes, entrevistas, programas culturales, pedagógicos y científicos, entre otros. Gracias al acelerado desarrollo tecnológico de las últimas décadas del siglo XX y las primeras del siglo XXI, cada formato conjuga imágenes, textos y sonidos, y, además, plantea un constante contacto e interacción con la teleaudiencia. Por todas estas razones, actualmente la televisión es un medio de comunicación que, se

considera, plantea una reflexión sobre el carácter democrático de nuestras sociedades. (BECERRA, 2009)

## **El cine**

El cine no ha sido considerado como un medio de comunicación informativo, a pesar de haber sido utilizado de esta manera en varias oportunidades. Es cierto que sus características audiovisuales le permiten funcionar como una poderosa plataforma de transmisión de mensajes, pero las dimensiones de su producción y los intereses de sus productores han hecho que, hasta el día de hoy, se lo considere como una entretención cultural, dedicada a la creación de historias, ficcionales y documentales, de alto impacto y con trascendencia emocional o histórica.

Sin embargo, desde su aparición, a finales del siglo XIX, el cine funcionó como transmisor de mensajes informativos. Por ejemplo, en los años 30 y 40, en la Alemania Nazi y la Italia fascista, el cine fue utilizado como medio de propaganda: los gobernantes de ambos países lo entendían como una plataforma fundamental para transmitirle a sus pueblos los alcances de sus gobiernos de ultra-derecha. Esto nos genera una reflexión sobre las posibilidades de los medios de comunicación masiva para generar imaginarios y para incidir en las decisiones de nuestras sociedades.

## **Medios radiofónicos**

La radio es el único medio que hace parte de los medios que transmiten información por medio de formatos sonoros. Su importancia radica en que es el medio que consigue la información con más facilidad, además de tener un proceso de producción mucho más sencillo que el de la televisión. Además de los pocos requerimientos que implica su producción, la radio no necesita de imágenes para comunicar, ni de un gran equipo de trabajadores; los periodistas radiales sólo necesitan estar en el lugar de los hechos, además de tener un

micrófono y una cabina de sonido con la cual se logre hacer la emisión de la información *al aire*. (MASTRINI, 2009)

A pesar del creciente desarrollo tecnológico, para comienzos del siglo XXI la radio conserva su capacidad para emocionar e informar al mismo tiempo. Desde su aparición en los años 20, los productores radiales se enfocaron en la transmisión de información basada en la creación sonora de imágenes y escenarios. Hoy en día, por medio de entrevistas con los protagonistas de las noticias y paisajes sonoros (ambientes, voces de personajes, canciones, entre otros) con los que se recrean universos o se evocan lugares, un programa de radio acompaña la cotidianidad de los oyentes: al tiempo que transmite la información, la radio genera emociones trascendentales en los oyentes.

De todas formas, las características técnicas de la radio hacen que los formatos sean más limitados que los de la televisión o el cine, por lo que la transmisión de información se hace mediante programas de entrevista-siempre intercalados con mensajes comerciales o música, paneles de discusión, transmisión de conciertos o de noticieros con pequeñas cápsulas informativas. Sin embargo, la experimentación de los productores de radio en búsqueda de transmitir sus historias siempre ha estado presente en formatos como el documental sonoro o la radio-arte. (BOHMANN K, 2009)

Desde la década de 1980, la creación de nuevas emisoras se ha vuelto algo muy común en Colombia; con el alcance de la señal, el público ha seguido creciendo y diversificándose, y con la aparición de dispositivos móviles a finales del siglo XX, la transmisión de señal radial ha pasado a acompañar muchas más rutinas de los seres humanos. Para comienzos del siglo XXI, la radio demuestra tener más posibilidades como medio masivo que la televisión.

A diferencia de los medios audiovisuales, desde siempre, la radio ha llegado a más sectores de la sociedad y a más regiones del país, pues, por su naturaleza, sus dispositivos de transmisión pueden ser transportados con mayor facilidad; tan sólo se necesita de un pequeño radio de transistores, un

walkman, un discman, un i-pod, una grabadora o un equipo de sonido para escuchar un programa y disfrutar del maravilloso mundo de la radio.

## **Medios impresos**

Las revistas, los periódicos, los magazines, los folletos y, en general, todas las publicaciones impresas en papel que tengan como objetivo informar, hacen parte del grupo de los medios impresos. En la actualidad, el público consumidor ha relegado el papel de los medios impresos debido a varios factores: aparte de que para acceder a ellos se necesita de una cantidad de dinero considerable, con la aparición de los medios de comunicación audiovisuales, el interés por la lectura y por la información presentada de manera escrita pasó a un segundo plano. (CAÑIZÁLEZ, 2009)

Los consumidores de medios de comunicación han comenzado a acceder a varios de los contenidos publicados en medios impresos a través de internet, lo que ha generado cambios fundamentales en el acceso a la información. Los complejos sistemas de distribución de los medios impresos, además, no han podido cubrir en su totalidad al público lector en todas las regiones.

Sin embargo, los medios impresos han buscado nuevas maneras de transmitir la información cotidiana, apelando al uso de recursos audiovisuales; hay medios impresos para todo tipo de público, no sólo para el que se quiere informar acerca de la realidad, también los hay para los jóvenes, los aficionados a la moda, a la música, a los deportes, a la literatura, a la tecnología, a los negocios, entre otros. (CAREY J., 2007)

## **Medios digitales**

Desde finales de la década de 1980, las llamadas “nuevas tecnologías” comenzaron un proceso de masificación que definió el camino a seguir de los

medios de comunicación. A partir de los medios digitales se construyeron nuevas plataformas informativas, alojadas en Internet y constituidas por herramientas audiovisuales, formatos de interacción y contenidos de carácter virtual. Con el desarrollo de nuevos modelos de computadores, desde la década de 1990, el público tuvo acceso a una forma novedosa de entender la transmisión de la información; no sólo los jóvenes o los amantes de la tecnología podían tener un computador y explorar en el infinito mundo de internet, ahora todos los individuos de la sociedad podrían leer, complementar y hasta crear sus propios medios de comunicación. En ese sentido, actualmente, los medios digitales se encuentran en un proceso de expansión hacia todos los sectores de la sociedad. (CASTELLS M., 2008)

Entre los medios digitales sobresalen los blogs, las revistas virtuales, las versiones digitales y audiovisuales de los medios impresos, páginas web de divulgación y difusión artística, emisoras de radio virtuales, entre otros. La rapidez, la creatividad y la variedad de recursos que utilizan los medios digitales para comunicar hacen de ellos una herramienta muy atractiva. Su variedad es casi infinita, casi ilimitada, lo que hace que, día a día, un gran número de personas se inclinen por ellos para crear, expresar, diseñar, informar y comunicar. (CASTELLS M., 2008)

### **Estructura según su carácter**

Los medios de comunicación, según su carácter, se dividen en:

#### **Informativos**

Su objetivo es, como su nombre lo indica, informar sobre cualquier acontecimiento que esté sucediendo y que sea de interés general. Los medios informativos más sobresalientes son los noticieros, las emisoras que emiten noticias durante casi todo el día, las revistas de análisis e información y, por

supuesto, los periódicos o diarios informativos. Todos estos medios, en su gran mayoría, son diarios o semanales. (CAREY J., 2007)

### **De entretenimiento**

Hacen parte de este grupo los medios de comunicación que buscan divertir o recrear a las personas valiéndose de recursos como el humor, la información sobre farándula, cine o televisión, los concursos, la emisión de música, los dibujos, los deportes, entre otros. Son, actualmente, una de las formas más utilizadas y de mayor éxito en la comunicación, pues incluso en los medios informativos se le ha dado un espacio especial e importante al entretenimiento, cosa que, aunque en muchas ocasiones es muy criticada por desvirtuar la naturaleza esencialmente informativa de estos medios, lo cierto es que, si está bien manejada, puede lograr fines específicos e importantes.

### **De análisis**

Son medios que fundamentan su acción en los acontecimientos y las noticias del momento, sin por ello dejar de lado los hechos históricos. Su finalidad esencial es examinar, investigar, explicar y entender lo que está pasando para darle mayor dimensión a una noticia, pero, sobre todo, para que el público entienda las causas y consecuencias de dicha noticia. El medio que más utiliza el análisis es, sin lugar a dudas, el impreso, ya que cuenta con el tiempo y el espacio para ello; sin embargo, esto no quiere decir que otros no lo hagan, pues los medios audiovisuales, a través de documentales y crónicas, buscan internarse en el análisis serio de lo que acontece. Generalmente los temas que más se analizan son los políticos, los económicos y los sociales, para lo que se recurre a expertos en estas materias que permitan que el análisis que se haga sea cuidadoso y logre dimensionar en sus justas proporciones los hechos que se pretenden comunicar. (CAÑIZÁLEZ, 2009)

## **Especializados**

Dentro de este tipo de medios entran los culturales, los científicos y, en general, todos los temas que le interesan a un sector determinado del público. No son temas comunes ni muy conocidos en muchos casos, pero su trascendencia reside en que son ampliamente investigados y rigurosamente tratados. Un ejemplo de ellos pueden ser los documentales audiovisuales y las revistas científicas, literarias, deportivas o musicales. Para comienzos del siglo XXI, este tipo de medios de comunicación ha comenzado a tener una mayor recepción del público, cada vez más interesado en tener herramientas para filtrar la cantidad de información que se transmite día a día.

## **La vulnerabilidad humana**

Es el grado en que las personas pueden ser susceptibles a las pérdidas, los daños, el sufrimiento y la muerte, en casos de desastre o siniestro. Se da en función de las condiciones físicas, económicas, sociales, políticas, técnicas, ideológicas, culturales, educativas, ecológicas e institucionales. La vulnerabilidad se relaciona con la capacidad de un individuo o de una comunidad para enfrentar eventos peligrosos o dañinos específicos en un momento dado. (BAKER E., 2011)

## **La vulnerabilidad social**

Según las investigaciones de Cruz Roja Española, tiene dos componentes explicativos. Por una parte, la inseguridad y la indefensión que experimentan las comunidades, grupos, familias e individuos en sus condiciones de vida a consecuencia del impacto provocado por algún tipo de evento natural, económico y social de carácter traumático. Por otra, el manejo de recursos y las estrategias que utilizan las comunidades, grupos, familias y personas para afrontar sus efectos. (CASTELLS M, 2008)

## **Desarrollo social**

El desarrollo social se refiere al desarrollo del capital humano y capital social en una sociedad. Implica una evolución o cambio positivo en las relaciones de individuos, grupos e instituciones en una sociedad. Implica principalmente Desarrollo Económico y Humano. Su proyecto a futuro es el Bienestar social. La sociología del desarrollo reuniría todos estos conceptos, teóricamente y los clasificaría para validarlos como factibles o no factibles

El desarrollo económico se puede definir como la capacidad de países o regiones para crear riqueza a fin de promover y mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes. Podría pensarse al desarrollo económico como el resultado de los saltos cualitativos dentro de un sistema económico facilitado por tasas de crecimiento que se han mantenido altas en el tiempo y que han permitido mantener procesos de acumulación del capital. Evidentemente que los saltos cualitativos no se dan exclusivamente si se dan acumulaciones cuantitativas de una única variable, pues los saltos pueden ser incluso de carácter externo y no solo depender de las condiciones internas de un país. Se conoce el estudio del desarrollo económico como la economía del desarrollo. La política pública generalmente apunta al crecimiento continuo y sostenido económico, y la extensión de la economía nacional de modo que «los países en vía de desarrollo» se hagan «países desarrollados. (CASTELLS M., 2008)

## **Las tolas**

Un cementerio, camposanto o panteón es el lugar donde se depositan los restos mortales o cadáveres (inhumación). Dependiendo de la cultura del lugar, los cuerpos pueden introducirse en ataúdes, féretros o sarcófagos, o simplemente envolverse en telas, para poder ser enterrados bajo tierra o depositados en nichos, mausoleos, criptas u otro tipo de sepulturas.



La palabra cementerio viene del término griego koimetérion, que significa dormitorio porque, según la creencia cristiana, en el cementerio, los cuerpos dormían hasta el día de la resurrección. A los cementerios católicos se les llama también camposantos, dado que en Pisa, cuando ateniéndose a medidas de higiene la autoridad ordenó cerrar el cementerio, que había sido construido en el siglo XIII dentro de la ciudad, el terreno fue cubierto con una gran capa de tierra, que las galeras pisanas habían traído de los lugares santos de Jerusalén.

Usualmente, los cementerios son comunitarios, es decir, en dicho lugar se encuentran las tumbas de los miembros de la comunidad, sin llegar a ser tumbas colectivas, pues cada difunto tiene su propio espacio determinado aunque, por decisión familiar, también pueden enterrarse varios familiares en el mismo lugar.

La mayoría de los cementerios se destinan a cadáveres humanos, aunque, desde la Antigüedad, existían necrópolis para ciertos animales, como el Serapeum de Saqqara, en Egipto. Actualmente también existen cementerios de animales para enterrar a las *mascotas* fenecidas. En el caso de los humanos, actualmente existen los cementerios parques, lugares que han sido muy comunes durante los últimos 30 años y que se han masificado para que las personas puedan ser sepultadas.

### **2.2.5. Marco Referencial sobre la problemática de investigación.**

En los últimos años estamos viviendo una transformación de los medios de comunicación en general y, en particular, del medio impreso, podemos comprobar cómo el advenimiento de las autopistas de la información ponen de relieve la importancia de la tecnología disponible, y también la optimización de los recursos visuales, en el uso del medio impreso va a ser cada vez más necesario conocer exactamente cuál es el efecto producido en los receptores de los mensajes, es por tanto importante estudiar la forma de los impresos para mejorar las comunicaciones.

La presentación de los contenidos se basa, en buena medida, en los recursos visuales, desde la época de la Bauhaus, no ha habido estudios ni aportaciones de conceptos revolucionarios en este ámbito que permitan la mejora del medio impreso, todo el análisis se realiza con posterioridad al producto impreso y consiste en la descripción, más o menos acertada, realizada por un especialista o por el propio autor.

El propósito principal de los medios de comunicación es, precisamente, comunicar, pero según su tipo pueden especializarse en; informar, entretener, formar opinión, enseñar, el poder de los medios de comunicación en las sociedades modernas está sobradamente estudiado, sobre todo en ámbitos de inminente interés práctico como son la publicidad de bienes de consumo y servicios o las campañas electorales.

Se reconoce a los medios, como instituciones que influyen en la conformación de identidades sociales ya que brindan y proporcionan información, con carácter de reconocimiento e identidad a los diferentes sectores resultando inevitable considerar que los medios repercuten de alguna manera en la sociedad y en las personas.

Los medios de comunicación de masas tradicionales son la prensa, la radio y la televisión, recientemente con el desarrollo de las nuevas tecnologías ha surgido otro medio de comunicación de gran importancia como es el Internet, las tres funciones esenciales de los medios de comunicación son informar, opinar y entretener.

La publicidad en medios impresos es la forma más tradicional de marketing. El realizar unas selecciones apropiadas de cabeceras de entre la gran magnitud disponibles en el mercado puede ser un asunto complicado. Media-Agent le puede guiar a través de este proceso y en la investigación de las últimas cifras demográficas y de audiencias para asegurarse de que usted siempre llega a su grupo objetivo deseado.

¿Cuántas veces han aparecido anuncios a precios increíbles parecer gangas pero acabar siendo errores costosos debido a una mala elección del

momento o medio adecuado? Nuestra experiencia le ayudará a encontrar la solución más coste-eficiente.

Los diseñadores gráficos y especialistas en planificación y emplazamiento de medios para construir su marca. Periódicos, revistas y la gran variedad de publicaciones requieren una planificación y uso eficaz del mix adecuado para conseguir resultados óptimos. (Flichy Patrice, 2013)

La misión de las campañas de publicidad impresa es obtener una respuesta cuantificable que genere más beneficios a su empresa en este caso los medios impresos en el desarrollo social del sector vulnerable "Las Tolas". Y eso, en el mercado tan competitivo de hoy en día, es un reto. Nuestro proceso es el siguiente:

Comprender la proposición comercial única que su empresa realiza y trasladarla a un mensaje que añade valor a las necesidades de su público objetivo.

Producir un anuncio profesional de calidad con el talento y experiencia de nuestro propio departamento creativo. Estudios indican que la respuesta puede aumentar en un 50% o más con un diseño gráfico y de impresión de calidad.

Enfocamos su campaña a la satisfacción de necesidades que genera su producto o servicio a los consumidores.

Desarrollamos confianza entre los consumidores para que se encuentren cómodos al realizar sus decisiones de compra.

Incentivamos el "impulso de acción".

Integramos la campaña de medios impresos dentro de la estrategia general de marketing, publicidad y relaciones públicas de su empresa.

Se proyecta a ser apasionados y esta entusiasmados en ofrecerle una campaña de medios impresos de éxito una campaña utilizando los medios

impresos en el desarrollo social del sector vulnerable "Las Tolas". Nos implicamos totalmente en su realización, orientado a los resultados y trabajando de cerca con nuestro departamento de marketing y relaciones públicas para conseguir los resultados más brillantes. (Martín-Barbero Jesús, 2011)

### **Origen de los medios impresos**

El origen de la imprenta ha tenido mucha controversia entre varios autores ya que unos autores dicen que Gutenberg fue quien inventó la, y existen otros que dicen que de ningún modo se le puede atribuir la invención de la imprenta, ya que los principios de la misma ya eran explotados con anterioridad a sus descubrimientos. Ya a comienzos del siglo XV se imprimían naipes y estampas con motivos religiosos, mediante la aplicación de una plancha de madera grabada y embadurnada con tinta grasa, sobre el papel o el pergamino. Este procedimiento de impresión, la xilografía, era originario de Extremo Oriente, China o Corea, y entró en Europa a través de Italia.

También se dice que tampoco fue mérito de Gutenberg la composición de textos con caracteres móviles, es decir, la fabricación de letras o símbolos individuales. Esta práctica surgió de un modo natural, a través de la necesidad de introducir correcciones en los textos de las planchas xilográficas, ya que era necesario extraer la letra a sustituir y reemplazarla por un taquillo o dado de madera que llevase grabado en relieve el nuevo carácter.

El verdadero mérito fue el perfeccionar estas técnicas hasta conseguir un procedimiento tipográfico que ha permanecido sin apenas cambios hasta los primeros compases del siglo XX. Para ello procedió a sustituir la madera por el metal, fabricando moldes de fundición capaces de reproducir tipos metálicos suficientemente regulares como para permitir la composición de textos. Fue esta invención, la impresión tipográfica con tipos móviles metálicos, la que dio origen al libro moderno.

La invención de la imprenta con caracteres móviles, obra del alemán Johannes Gutenberg, es uno de los grandes hitos de la historia de la cultura. La posibilidad de realizar tiradas de múltiples ejemplares de libros facilitó el acceso de un mayor número de personas en todo el mundo al saber escrito y conllevó radicales transformaciones en la política, la religión y las artes.

El impacto de la invención de la imprenta fue tremendo. La producción de libros durante los primeros cincuenta años después de la decisiva aportación de Gutenberg fue, casi con toda seguridad, mayor que en los mil años precedentes.

La imprenta provocó una verdadera revolución en la cultura. El saber escrito dejó de ser patrimonio de una élite y se extendió a amplias capas de la población. La escritura fue sustituyendo a la tradición oral como forma privilegiada para transmitir conocimientos, a la par que las publicaciones impresas, como libros o periódicos, se generalizaron. A principios del siglo XX la escritura impresa ya era el medio predominante en Occidente para la difusión del saber. Además de su enorme significado para la religión, la política y las artes en general, fue este un avance tecnológico que facilitó todos los demás que le siguieron. (Martín-Barbero Jesús, 2011)

### **Primeros impresos**

Se creó su famoso incunable *Catholicon*, de Juan Balbu de Janna. Pocos años después, imprimió hojas por ambas caras y calendarios para el año 1448. Además, junto a su amigo Fust editaron algunos libritos y bulas de indulgencia y en particular, aquel monumento de la imprenta primitiva, la Biblia de las 42 líneas, en dos tomos de doble folio, de 324 y 319 páginas respectivamente, con espacios en blanco para después pintar a mano las letras capitulares, las alegorías y viñetas que ilustrarían coloridamente cada una de las páginas de la Biblia.

Libros, incunables, ediciones ilustradas con grabados de madera: la mejora de las técnicas y materiales de imprenta llevaron durante cuatro siglos las palabras por todo el mundo. El arte tipográfico evolucionó y llegó a crear obras maestras en la formación y estructuras de libros y ediciones especiales impresas. Actualmente las técnicas de impresión en calidad y volumen han mejorado de forma impresionante, algunas por medio de computadora olvidándose del arte tipográfico que muchos tipógrafos del mundo se resisten a cambiar.

Pocos inventos han tenido la influencia en el ser humano como la creación de la imprenta, ese antiguo arte que, si va unido a una obra en labor del tipógrafo y a la obra escrita de un buen autor, proporciona una obra de arte completa, lista para conmover en belleza literaria y estética tipográfica al lector, el fin primero y último de la imprenta. (Flichy Patrice, 2013)

### **La calidad genera desarrollo**

Los nuevos medios de comunicación aparecieron en un momento de un cambio acelerado y de comunicaciones más veloces y fueron la respuesta a la mayor demanda de información y entretenimiento. Los nuevos sistemas y estructuras nunca borran por completo los anteriores sino que se superponen. Así, las nuevas tácticas de almacenamiento y recuperación de información han necesitado de los medios de impresión en este campo para reagrupar y encontrar nuevas colocaciones, a menudo de carácter más especializado.

Por ende la calidad del servicio que las empresas brindan sobresale con mayor intensidad y genera una satisfacción por cumplir con las especificaciones requeridas por el medio que cada vez necesita mayor calidad en los productos. La revolución audiovisual se ha presenciado en medio de un diluvio de material de promoción impreso.

Todo esto ha traído consigo cambios que afectan al libro, por ejemplo, la composición convencional es ahora tan cara que en tiradas mucho más

grandes se necesita justificar. Pero existe una variedad de métodos más fáciles y más baratos de producción que son asequibles, como la fotocopia y la litografía barata. (Oubiña David, 2009)

## **Evolución de las Tipografías**

Como ya se ha hablado en las entradas anteriores en este blog, el origen de la topografía se remonta a la antigüedad en donde nuestros ancestros implementaban el uso de signos y símbolos para representar elementos naturales y actividades cotidianas. (Flichy Patrice, 2013)

### **Tablilla en caliza de KISH**

El primer pictograma (dibujo representando un objeto o una idea sin que la pronunciación de tal objeto o idea sea tenida en cuenta) del que tenemos constancia se remonta al año 3.500 a.C., y es una tablilla en pieza caliza hallada en la ciudad de Kish (Babilonia). Más tarde, los sumerios desarrollaron ideogramas (símbolos que representan ideas asociadas menos concretas), sistema que fue desarrollándose hasta dar lugar al sistema cuneiforme sumerio de escritura, basado en sílabas que imitaban el lenguaje hablado.

Un ejemplo de escritura de este tipo es la tablilla hallada en Ur, fechada sobre el 2900-2600 a. C., que describe una entrega de cebada y comida a un templo.

La evolución posterior de este sistema silábico dio lugar a la escritura cuneiforme (2.800 a.C.), que utiliza lo que podemos considerar como el primer alfabeto, cuyas letras se imprimían sobre arcilla usando una cuña. (Martín-Barbero Jesús, 2011)

## **Escritura Cuneiforme**

De esta época datan multitud de tablillas que contienen textos económicos, religiosos, poéticos, y legales, como el famoso código de Hammurabi, uno de los documentos jurídicos más antiguos que existen. (Oubiña David, 2009)

## **Código de Hamurabi**

Sobre el año 1.500 a.C. se desarrollaron en Egipto tres alfabetos (jeroglífico, hierático y demótico). De ellos el jeroglífico (mixto ideográfico y consonántico), basado en 24 símbolos consonantes, era el más antigua. (Flichy Patrice, 2013)

## **Escritura Egipcia**

Los fenicios adoptaron este alfabeto egipcio 1.000 años antes de Cristo, usando para escribir pieles y tablillas enceradas, y también lo transmitieron por el mundo civilizado, de tal forma que poco después fue adoptado también por los hebreos y los arameos, sufriendo con el tiempo una evolución propia en cada una de estas culturas. (Martín-Barbero Jesús, 2011)

## **Escritura fenicia**

El alfabeto fenicio fue también adoptado por etruscos y griegos, y de ellos lo fue por los romanos, que en el siglo I ya manejaban un alfabeto idéntico al actual, a falta de la J, la W y la V. El Imperio Romano fue decisivo en el desarrollo del alfabeto occidental, por crear un alfabeto formal realmente avanzado, y por dar la adecuada difusión a este alfabeto por toda Europa conquistada, ya que muchas lenguas que no tenían sistema propio de escritura adoptaron el alfabeto romano o latino. (Williams Raymond, 2006)



## **Escritura Romana**

La escritura romana adoptó tres estilos fundamentales: Quadrata (mayúsculas cuadradas romanas, originalmente cinceladas en piedra), Rústica (versiones menos formales y más rápidas en su ejecución) y Cursiva (modalidades de inclinación de las mayúsculas). Partiendo del modelo fenicio-nabateo se desarrolló también, alrededor del siglo IV d. C, el alfabeto árabe, formado por 28 consonantes y en el que, al igual que el resto de alfabetos semíticos, se escribe sin vocales, de derecha a izquierda. (Martín-Barbero Jesús, 2011)

## **Escritura Arabe**

En occidente el alfabeto romano fue evolucionando y, en el siglo X, en el monasterio de St. Gall, en Suiza, se desarrolló un nuevo tipo de letra comprimida y angulosa, la letra gótica, más rápida de escribir y que aprovechaba mejor el papel, factores importantes en un momento que la demanda de escritos se había incrementado notablemente, escritos que se realizaban a mano, primeramente en pergaminos y luego, a partir del año 1.100, en papel. La letra gótica se difundió por toda Europa, surgiendo diferentes variantes (Textura, Littera Moderna, Littera Antiqua, Minúscula de Niccoli,, etc.). En 1.450 se produjo uno de los hechos más importantes para el desarrollo de la Tipografía y de la cultura humana: Johann Gutenberg (1398 – 1468) inventa a la vez los caracteres móviles y la prensa, creando la imprenta. El primer texto occidental impreso, la "Biblia de 42 líneas" de Mazarino, sale en 1.456, al parecer de la imprenta de Gutenberg. (Flichy Patrice, 2013)

## **Tipos De Garamond**

Desde entonces, multitud de tipógrafos aportaron su granito de arena a la creación de nuevas fuentes, entre los que destacan Alberto Durero,

Giambattista Bodoni, Fournier, Didot, Caslon, Baskerville, Bodoni y, ya en el siglo XX, Max Meidinger (creador de la fuente Helvetica en 1.957), Cooperplate y Novarese. (Oubiña David, 2009)

## **División de los Medios Impresos**

### **Medios impresos:**

Éstos son las revistas, los periódicos, los magazines, los folletos y, en general, todas las publicaciones impresas en papel que tengan como objetivo informar. Son el medio menos utilizado por el público en nuestro país, pues aparte de que para acceder a ellos se necesita dinero, la mayoría de las veces implican saber leer, así como tener alguna habilidad de comprensión, cosa que desafortunadamente en Colombia no todo el mundo tiene. Igualmente requieren de un sistema complejo de distribución, que hace que no todo el mundo pueda acceder a ellos. (Martín-Barbero Jesús, 2011)

Pero pese a esto, algunos medios, como los periódicos, son altamente influyentes en la sociedad, pues además de contar con una información más completa y elaborada por su proceso de producción, contienen análisis elaborados por personajes influyentes y conocidos que gustan de las letras para expresarse por considerarlas más fieles y transparentes, pues a menudo se dice y se piensa que la televisión no muestra la realidad tal como es, sino que la construye a su acomodo.

El efecto de los medios impresos es más duradero, pues se puede volver a la publicación una y otra vez para analizarla, para citarla, para compararla. Hay medios impresos para todo tipo de público, no sólo para el que se quiere informar acerca de la realidad, sino que también los hay para los jóvenes, para los aficionados a la moda, a la música, a los deportes, etc.; es decir, hay tantos medios impresos como grupos en la sociedad.

## Medios Digitales

También llamados "nuevos medios" o "nuevas tecnologías". Son los medios más usados actualmente por los jóvenes y, en general, por las personas amantes de la tecnología. Habitualmente se accede a ellos a través de internet, lo que hace que todavía no sean un medio extremadamente masivo, pues es mayor el número de personas que posee un televisor o un radio que el que posee un computador. Pese a lo anterior, la rapidez y la creatividad que utilizan para comunicar, hacen de estos medios unas herramientas muy atractivas y llenas de recursos, lo que hace que cada día tengan más acogida.

Otra de sus ventajas, a nivel de producción, es que no requieren ni de mucho dinero ni de muchas personas para ser producidos, pues basta tan sólo una persona con los suficientes conocimientos acerca de cómo aprovechar los recursos de que dispone la red para que puedan ponerse en marcha. Su variedad es casi infinita, casi ilimitada, lo que hace que, día a día, un gran número de personas se inclinen por estos medios para crear, expresar, diseñar, informar y comunicar. (Flichy Patrice, 2013)

## División de los medios impresos según su carácter

Los medios de comunicación, según su carácter, se dividen en:

- **Informativos:** su objetivo es, como su nombre lo indica, informar sobre cualquier acontecimiento que esté sucediendo y que sea de interés general. Los medios informativos más sobresalientes son las revistas de análisis e información y, por supuesto, los periódicos o diarios informativos. Todos estos medios, en su gran mayoría, son diarios o semanales.

- **De entretenimiento:** hacen parte de este grupo los medios de comunicación que buscan divertir, distensionar o recrear a las personas valiéndose de recursos como el humor, la información sobre farándula, cine o

televisión, los concursos, de los estrenos musicales, los dibujos, los deportes, etc. Son, actualmente, una de las formas más utilizadas y de mayor éxito en la comunicación, pues incluso en los medios informativos se le ha dado un espacio especial e importante al entretenimiento, cosa que, aunque en muchas ocasiones es muy criticada por desvirtuar la naturaleza esencialmente informativa de estos medios, lo cierto es que, si está bien manejada, puede lograr fines específicos e importantes. (Flichy Patrice, 2013)

- **De análisis:** son medios que fundamentan su acción en los acontecimientos y las noticias del momento, sin por ello dejar de lado los hechos históricos. Su finalidad esencial es examinar, investigar, explicar y entender lo que está pasando para darle mayor dimensión a una noticia, pero, sobre todo, para que el público entienda las causas y consecuencias de dicha noticia. El medio que más utiliza el análisis es, sin lugar a dudas, el impreso, ya que cuenta con el tiempo y el espacio para ello; sin embargo, esto no quiere decir que otros no lo hagan a través de documentales y crónicas, buscan internarse en el análisis serio de lo que acontece. Generalmente los temas que más se analizan son los políticos, los económicos y los sociales, para lo que se recurre a expertos en estas materias que permitan que el análisis que se haga sea cuidadoso y logre dimensionar en sus justas proporciones los hechos que se pretende comunicar. (Flichy Patrice, 2013)

- **Especializados:** dentro de este tipo de medios entran lo cultural, lo científico y, en general, todos los temas que le interesan a un sector determinado del público. No son temas comunes ni muy conocidos en muchos casos, pero su trascendencia reside en que son ampliamente investigados y estrictamente tratados. Un ejemplo son los documentales y las revistas científicas, deportivas o musicales. (Flichy Patrice, 2013)

### **¿Quién es el comprador de estos medios impresos?**

Es la persona indicada de negociar con los medios así como de contratarlos. Por lo regular se especializan en un solo medio (medios impresos,

spots de TV o spots de radio). El comprador de medios necesita muchos conocimientos y habilidades para tener éxito en su labor, como conocer a fondo los medios impresos disponibles y la terminología que se usa en el área. Necesita saber cómo se clasifican las revistas y periódicos, las posibilidades publicitarias de cada uno, las ventajas y desventajas de los medios impresos. Y por si fuera poco, debe estar familiarizado con las nuevas tecnologías que utilizan los medios.

Asimismo, debe saber comprar espacios en revistas y en periódicos, debe saber analizar la circulación, leer los tabuladores, dónde conseguir información confiable, calcular y negociar las compras más eficientes. Los compradores de medios deben estar informados de las todas las posibilidades creativas que las revistas les ofrecen a los anunciantes gracias a sus características. Como páginas sin margen, cubiertas, inserciones, páginas dobles, o múltiples y tamaños especiales como medias páginas, islas compartidas, medias páginas horizontales contrapuestas, medias verticales que rebasan el margen interior, tablero de ajedrez frente a un anuncio, medias páginas horizontales escalonadas y mitades exteriores de un desplegado, entre otros. (Castro de Paz, 2009)

Uno de los aspectos importantes a considerar hoy en día en la publicidad es la llegada de las revistas con contenido especializado. Las clasificaciones generales basadas en el contenido son revistas del consumidor, revistas agrícolas y revistas de negocios. A su vez estas revistas pueden dividirse en cientos de categorías. Una revista también puede clasificarse en local, regional o nacional.

Por otro lado se encuentran los periódicos, ya que todos estamos familiarizados con los diarios, desde el local hasta el de circulación nacional. Los diarios cumplen una gama de segmentos demográficos y ofrecen a los anunciantes uno de los medios más oportunos para comunicar noticias e información de actualidad.

El periódico se publica en una edición matutina o vespertina al menos cinco veces a la semana. Las ediciones matutinas suelen tener mayor circulación geográfica y más lectores. Hay dos forma básica, el tamaño estándar y el tabloide. El periódico estándar mide unas 22 pulgadas de altura y 13 de ancho; se divide en seis columnas. El tabloide generalmente tiene 14 pulgadas de alto y 11 de ancho.

Algunos periódicos se dirigen a audiencias que tienen intereses especiales (finanzas, deportes, política, espectáculos, tecnología y sociales, entre otros), suceso que no pasa inadvertido por los anunciantes. Las principales clasificaciones de la publicidad en los periódicos son publicidad en desplegado, publicidad clasificada, noticias públicas e inserciones preimpresas. Para el comprador de medios es indispensable conocer las características de los lectores del periódico, tales como: promedio de edad, sexo, ocupación, ingresos, escolaridad y hábitos de compra. (Oubiña David, 2009)

### **2.2.5.1. Antecedentes Investigativos**

El presente trabajo de proyecto de investigación pretende Conocer de qué manera los medios impresos pueden ayudar al sector Las Tolas del cantón Babahoyo a solucionar problemas de información que se dan en cada uno de ellos.

Rodrigo Alejandro Martínez Semanate realizo la tesis en el año 2016 en la ciudad de Quito en la universidad politécnica salesiana Sede Quito sobre el tema: en medios impresos y aproximaciones al periodismo digital. Tiene con objetivo: El periodismo es parte de esta transformación. De una sociedad mediada por los medios de comunicación como televisión, radio y prensa, el Internet ofreció a las personas la posibilidad de crear, discutir, compartir y contrastar la información en su propio espacio digital. (Semanate, 2016)

Torres Guzmán, Byron F. realizó su proyecto en el año 2010 en la ciudad de Cuenca de la universidad de Cuenca sobre el tema: Importancia de los medios de comunicación escrita en el desarrollo de los cantones del sur de la Provincia de Morona Santiago. (Limón Indanza, Santiago de Méndez, San Juan Bosco y Gualaquiza) Los medios escritos como tal en Morona Santiago nacieron en el año 2002, y ahora están presentes en gran parte de la población provincial, plasmando en sus páginas con mayor incidencia en lo regional. LOS periódicos de circulación provincial a estudiar son: La Randimpa y La Frontera, impresos en español, en el cual se pueden encontrar principalmente noticias del ámbito provincial, nacional y mundial.

Rosales Guale, María Sofía (2011). La calidad de información y su incidencia en los medios de comunicación escritos en el cantón Santa Elena, año 2010. La Libertad. UPSE. Matriz: Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud. 218p. Es importante la realización de este proyecto, porque en la actualidad no existe información real y confiable de lo que ofrecen los medios impresos al público y a través de la obtención de datos estadísticos y como aporte de la investigación realizada para la búsqueda de soluciones establecer estrategias metodológicas que permitan mejorar la calidad informativa de los medios escritos del Cantón Santa Elena, de manera que puedan brindar un mejor producto (periódico y/o diario) a los consumidores de la información (lectores), ya que ellos serán los beneficiados al estar informados de forma veraz, oportuna, de los diferentes hechos o acontecimientos que se presenten dentro o fuera del entorno, en los distintos ámbitos, sean estos político, económico, educativo, social, cultural, deportivo, etc. (Rosales Guale, 2010)

David K. Berlo (2008) afirma que, al comunicarnos, tratamos de alcanzar objetivos relacionados con nuestra intención básica de influir en nuestro medio ambiente y en nosotros mismos; sin embargo, la comunicación puede ser invariablemente reducida al cumplimiento de un conjunto de conductas, a la transmisión o recepción de mensajes.

El proceso de comunicación es bidireccional, es decir, hay dos partes que están involucradas, un emisor y un receptor, lo cual se requieren ocho

pasos, sin importar si las dos partes hablan, usan señales manuales o se sirven de otro medio de comunicación; tres de esos pasos corresponden al emisor y los restantes al receptor.

El origen de la imprenta ha tenido mucha controversia entre varios autores ya que unos autores dicen que Gutenberg fue quien inventó la, y existen otros que dicen que de ningún modo se le puede atribuir la invención de la imprenta, ya que los principios de la misma ya eran explotados con anterioridad a sus descubrimientos. Ya a comienzos del siglo XV se imprimían naipes y estampas con motivos religiosos, mediante la aplicación de una plancha de madera grabada y embadurnada con tinta grasa, sobre el papel o el pergamino. Este procedimiento de impresión, la xilografía, era originario de Extremo Oriente, China o Corea, y entró en Europa a través de Italia.

También se dice que tampoco fue mérito de Gutenberg la composición de textos con caracteres móviles, es decir, la fabricación de letras o símbolos individuales. Esta práctica surgió de un modo natural, a través de la necesidad de introducir correcciones en los textos de las planchas xilográficas, ya que era necesario extraer la letra a sustituir y reemplazarla por un taquillo o dado de madera que llevase grabado en relieve el nuevo carácter.

El verdadero mérito de Gutenberg fue el perfeccionar estas técnicas hasta conseguir un procedimiento tipográfico que ha permanecido sin apenas cambios hasta los primeros compases del siglo XX. Para ello procedió a sustituir la madera por el metal, fabricando moldes de fundición capaces de reproducir tipos metálicos suficientemente regulares como para permitir la composición de textos. Fue esta invención, la impresión tipográfica con tipos móviles metálicos, la que dio origen al libro moderno.

Para poder entender su importancia debemos empezar conociendo la historia del papel y la imprenta. Los primeros antecedentes que se tienen datan del año 150, durante 500 años la técnica de cómo fabricar papel estuvo sólo en conocimiento de China. En el año 610 se introdujo por primera vez en Japón y en el 750 en Asia Central. Posteriormente, por el año 800, apareció en Egipto, iniciándose su fabricación 100 años después.



Los egipcios usaron material vegetal en la fabricación de papiros y piel de cabra y oveja para los pergaminos. El papiro alcanzaba entre uno y tres metros de altura. Las hojas eran largas y los tallos blandos y de sección triangular. Cada "papel" se unía a otro formando rollos de entre 6 y 9 metros. Los egipcios escribían sobre el papiro en columnas de 7,6 cm de ancho, tamaño de la prosa literaria y en la poesía las columnas eran más anchas. En Europa el papel fue introducido por los árabes, quienes en el siglo VIII hicieron prisionero en el Turquestán a soldados chinos conocedores de su fabricación. El primer ejemplar escrito en papel es una carta árabe que data del año 806 que se conserva en la Biblioteca Universitaria de Leyden.

Con el pasar de los siglos las técnicas se extendieron a otros países europeos. El papel podía ser confeccionado en grandes cantidades y a bajo precio. Las características de este nuevo material era que a simple vista tenía aspecto algodonoso, tenía menos cuerpo y se desgarraba con facilidad. En comparación al pergamino, el papel es más ligero, suave y de superficie rugosa. En un principio el papel fue utilizado como borrador de cartas, para tomar apuntes, prohibiéndose su empleo en documentos oficiales.

Ahora bien en el siglo XV se inventó la imprenta y los primeros libros que se difundieron fueron copias manuscritas elaboradas por monjes y frailes dedicados exclusivamente al rezo y a la réplica de ejemplares por encargo del propio clero o de reyes y nobles. La imprenta había sido inventada por los chinos siglos antes, pero en la alta edad media se utilizaba en Europa para publicar panfletos publicitarios o políticos, etiquetas, y trabajos de pocas hojas; para ello se trabajaba el texto en hueco sobre una tablilla de madera, incluyendo los dibujos un duro trabajo de artesanía. Una vez confeccionada, se acoplaba a una mesa de trabajo, también de madera, y se impregnaban de tinta negra, azul o roja (sólo existían esos colores). Después se aplicaba el papel y con rodillo se fijaba la tinta. El desgaste de la madera era considerable por lo que no se podían hacer muchas copias con el mismo molde. Este tipo de impresión recibe el nombre de xilografía. Luego de varios años apareció el señor Johannes Gutenberg el cual realizó una apuesta pública contra el mejor de los copistas diciendo que él podía reproducir cualquier texto más rápido que

el, aunque nunca pudo terminar su invento Gutenberg dejaría a su discípulo Peter Schoffer terminar su misión el cual la llevaría a cabo con éxito, este fue el primer paso para llegar hasta el día de hoy a la imprenta digital.

Con el paso de los años avanza la tecnología y con este avance llega la internet, la internet como todos saben ha logrado que las distancias sean más cortas y que la información se difunda a todas las personas y en todos los idiomas, debido a esto se ha planteado la importancia que tienen hoy en día los medios impresos tanto en la sociedad como en el mismo mercado (entendiéndose por medios impresos libros, revistas, periódicos, historietas y volantes).

Para el catedrático Andrés Millán de la Universidad de Guadalajara (México) los medios impresos y sobre todo las revistas juegan un papel preponderante en la sociedad ya que han logrado fragmentar el mercado y sus lectores a través de las “revista especializada” ya que sus lectores logran captar el mensaje más eficazmente algunos lectores de estas revistas son usuarios de la Informática, ecologistas, hombres de finanzas, publicistas y pare de nombrar; esto llega a establecer niveles de lealtad inusitada además de esto para el catedrático este medio tiene una serie de ventajas las cuales son:

Continuando un poco mas con el tema el escritor, filósofo y catedrático Walter Wong le sería difícil imaginar cómo podría ser la vida cotidiana en una sociedad solamente oral. En sus propias palabras “No basta con pensar en nuestra sociedad sin libros, sin escritos, sin todo lo relacionado con la escritura: es otra manera de ver el mundo y de pensar, pero imagínense una comunidad en la que la palabra no tiene una transcripción permanente, escrita. El sonido está intrínsecamente relacionado con el tiempo, la palabra existe sólo mientras es pronunciada y en la memoria de los oyentes” es decir que se perdería información importante ya que no hay forma de conservarla en el tiempo si esto lo aplicamos a la cultura y a nuestra propia historia hemos tenido una gran pérdida de mitos y leyendas de culturas indígenas donde es sabido que sus ancianos a través de la palabra cuentan estas pero imagínense si en estas culturas perdidas se hubiera hecho uso apropiado de la palabra escrita

seríamos inmensamente ricos en historias propias y entenderíamos más de dónde venimos y porque somos como somos.

Para Andrea Andreas Schoo, gerente de Bauer Media Group, cree que “el medio impreso está más vivo que nunca”, oponiéndose a la opinión general expresada en el congreso de medios Deutscher Medienkongress 2010. En su opinión el impreso es medio de comunicación de masas y el medio número 1 para el público objetivo. Muchos medios impresos siguen llegando a grandes audiencias; y los medios especializados permiten acercarse a determinados grupos de lectores.

Además también piensa que el futuro del medio impreso está en el medio impreso es decir que la internet no basta para salvar al medio impreso “ya la batalla de los precios en la red es demasiado encarnizada para obtener suficientes ingresos”. Por tanto “la solución para el problema del medio impreso está en el propio medio. Internet solo puede ayudar”.

Para ella no hay medio alguno que se utilice de forma tan reflexiva, activa y personal como el medio impreso. “Muchas personas hablan por teléfono o navegan por internet mientras ven la tele, pero ante el periódico prefieren renunciar a la multitarea”.

En conclusión podríamos decir que los medios impresos a pesar de la internet tienen todavía muchos años para seguir y me atrevería a decir que nunca dejarán de existir, ya que aunque muchas personas tienen accesibilidad a los medios digitales no todos pueden hacerlo constantemente y a toda hora es decir es más fácil encontrar un periódico una revista o un folleto para entretenerse o informarse que un computador o medio digital y menos en nuestro país donde existe tanta desigualdad económica.

En lo que se relaciona con las tolas La historia cuenta que partir del año 300 a.C. se produjo un cambio significativo en el modo de vida de esas comunidades indígenas, quienes construyeron montículos artificiales de tierra, donde en la parte alta hacían sus casas para vivir.

Estas elevaciones fueron conocidas con el nombre "Tolas", donde guardaban sus riquezas como el oro y piezas arqueológicas de valor que elaboraban y que con su muerte quedaron enterradas, pero que posteriormente ha sido recuperada cierta parte. Dichas obras monumentales estuvieron ligadas al sistema de creencias, por la necesidad del hombre de crear espacios sagrados que les permitieran estar más cerca de sus dioses.

Otras servían como centros ceremoniales y de reuniones que llegaron a tener alturas de 2 y 7 metros sobre el nivel del terreno circundante. El sistema de construcción consistió en amontonar materiales terrosos de diferentes textura y color.

Culturalmente hemos prolongado nuestra historia y bases pero sería necesario que se comunique oportunamente a nuestros habitantes en Babahoyo la importancia de estos medios para que nunca muera su cultura y no perdamos más información e historia. Los medios impresos tienen una gran importancia en nuestras vidas ya que son accesibles a todos y nos ayudan a construir nuestra realidad la única desventaja de los medios impresos es la utilización de los recursos naturales en este caso los árboles, pero es necesario recalcar que muchas empresas utilizan el reciclaje para hacerlo además el tiraje de grandes periódicos se ha reducido ya que también utilizan los medios digitales para seguir comunicando.

### 2.2.5.2. Categoría de Análisis

<i>Variable</i>	<i>Dimensiones</i>	<i>Indicadores</i>
<p><b>Dependiente</b></p> <p><b>Los medios de comunicación impresos</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cantón Babahoyo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Garantías del derecho a la información.</li> <li>• Libertad de expresión</li> <li>• Participación.</li> <li>• Derechos del pueblo.</li> <li>• Calidad de información.</li> </ul>
<p><b>Independiente</b></p> <p><b>Sectores vulnerables</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La comunidad.</li> <li>• Coberturas Investigativas</li> <li>• Funciones.</li> <li>• Difusión.</li> <li>• Calidad de Información.</li> </ul>	<p>En la ciudad de Babahoyo, existe una población creciente, por ello un sinnúmero de problemáticas sociales, donde los medios de comunicación deben emplear coberturas en los lugares donde se genera la noticia y en donde se presentan las necesidades para difundirla para su conocimiento público.</p>

Elaborado por Erika Rivera

## 2.2.6. Postura Teórica

Buenaño Nieto, Elssie Gabriela (2014). Análisis del discurso periodístico emitido por dos medios impresos del Ecuador (El Comercio, El Universo), durante mayo 2007, en relación a la no renovación de licencia a Radio Caracas Televisión (RCTV), por parte del gobierno de Hugo Chávez Frías. Trabajo de grado previo a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación Social. Carrera de Comunicación Social. Quito: UCE. 171 p. (Buenaño Nieto, 2007)

El análisis de discurso periodístico de los diarios El Comercio y El Universo, con respecto a “La no renovación de la licencia para uso de frecuencia de Radio Caracas Televisión (RCTV)”, permite conocer cómo los medios erigen su discurso informativo, examinando la propiedad de los emporios mediáticos como el del grupo PRISA, transnacional española presente en América Latina. Presenta la importancia de la retórica dentro del contexto periodístico así como los sesgos culturales dentro de las agencias de noticias privadas o estatales. Esclarece cómo la información está ligada a poderes económicos, ideológicos y políticos evidentes en la constante tensión entre los más media y los gobiernos progresistas de Latinoamérica.

La fragmentación de contenidos, la uniformidad en los mensajes, los avances tecnológicos son determinantes al elaborar la información. Las leyes de comunicación de los gobiernos progresistas buscan la pluralidad de voces dentro de los medios privados, así como de los estatales y comunitarios.

Bustamante Litardo, Mini Maribel ago-2012 de la Universidad de Guayaquil. Facultad de Comunicación Social. Realiza un Análisis de concientización preventiva a los diferentes problemas que afectan a la sociedad, en el sector del Guasmo Sur de la ciudad de Guayaquil. (Bustamante Litardo, 2012)

La falta de medios informativos impresos, que ayuden a prevenir a los diferentes problemas que afectan a los habitantes del guasmo sur, es un

confuso dilema que se viene dando en el sector, muchas veces implicado por el factor de estar ubicado en un sector suburbano, y el no poder contar con todos los servicios básicos, hacen que el sector sea vulnerable a diferentes conflictos sociales.

En este sector se calcula una población de más o menos 4,000 habitantes, se necesita un medio impreso que los eduque y prevenga de los diferentes problemas por estar ubicado en unos de los lugares con mayor índice de pobreza es por eso con el informativo impreso “ La Verdad” podremos educar a los habitantes de dicho sector en Guayaquil.

Malla Guanotasig, Karina Yessela (2013). Análisis comparativo de la información de los medios impresos El Universo y El Telégrafo enfocado en el caso “Narcovalija”. Trabajo de grado previo a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación Social. Carrera de Comunicación Social. Quito: UCE. 166 p. (Malla Guanotasig, 2013)

Esta investigación plantea el análisis de las unidades informativas, con la finalidad de estudiar cómo los medios elaboran la información. Como sustento teórico se procede a fundamentar el enfoque de los diarios, establecer el caso, teorizar el análisis del discurso y sus técnicas, contiene una breve reseña de la historia de los medios impresos, en particular de los periódicos ecuatorianos y la morfología de estos con el objetivo de conocer el posicionamiento de la prensa en los diferentes hechos del país desde sus primeras publicaciones hasta la actualidad.

La investigación evidencia que los medios impresos usan el lenguaje y sus diferentes elementos para persuadir al lector y transmiten su punto de vista en torno al caso, por cuanto, se concluyó que los medios a través del lenguaje defienden sus intereses.

## **2.3. Hipótesis**

### **2.3.1. Hipótesis general**

Los medios de comunicación escrito influyen de la formación educativa de los jóvenes de manera permanente en el sector vulnerable Las Tolas de la ciudad de Babahoyo.

### **2.3.2. Sub-hipótesis o derivadas**

Los medios de comunicación escrito incidir en el comportamiento educativo de los jóvenes.

### **2.3.3. Variables**

**Variable Independiente:** Sectores vulnerables

**Variable Dependiente:** Los medios de comunicación impresos



# CAPÍTULO TRES

## 3 Resultados de la Investigación

### 3.1 Resultados Obtenidos de la Investigación

En este capítulo vamos a mostrar los resultados obtenidos para demostrar la hipótesis de la investigación.

#### 3.1.1 Pruebas estadísticas aplicadas

Para establecer la muestra definitiva que se utilizó en las encuestas en la población de 100 personas, se aplicará la siguiente fórmula:

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

En donde:

n= tamaño de la muestra.

N= población de la investigación.

E= índice de error máximo admisible.

Formula:

$$n = \frac{100}{(0.05)^2(100-1)+1} = \frac{100}{0.2475+1}$$
$$n = \frac{100}{(0.0025)(99)+1} = \frac{100}{1.2475}$$

n= 80.1603 muestra

### 3.1.2 Análisis e Interpretación de Datos

#### 1. ¿Por qué medios usted se entera de lo que sucede en la ciudad de Babahoyo?

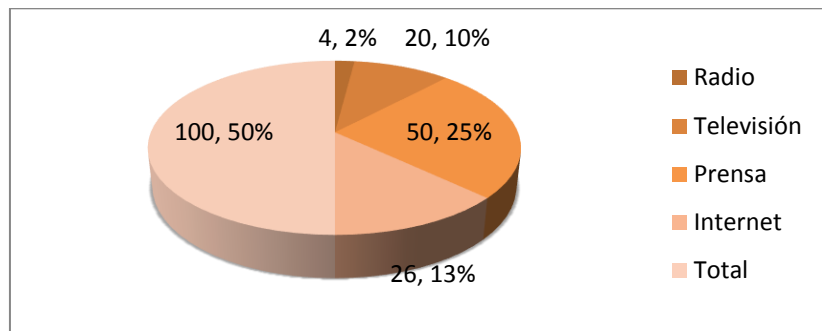
**Cuadro Nº 1 Medios de Comunicación**

Respuesta	#	%
Radio	4	4,20%
Televisión	20	20,10%
Prensa	50	50,25%
Internet	26	26,13%
Total	100	100,50%

Fuente: Lotización sector Las Tolas

Elaborado por: Erika Rosanna Rivera Torres

**Gráfico Nº 1 Medios de Comunicación**



Fuente: Lotización sector Las Tolas

Elaborado por: Erika Rosanna Rivera Torres

#### **Análisis**

De la investigación realizada, el 50% de las personas encuestas opinan que se informan de lo que sucede en Babahoyo, a través de la prensa, mientras que un 26% se informa a través de internet, un 20% a través de la televisión y el 4% a través de la radio.

#### **Interpretación**

Los sucesos que acontecen en la ciudad de Babahoyo se conocen a través de la prensa escrita

## 2. ¿Qué tipo de información le interesa?

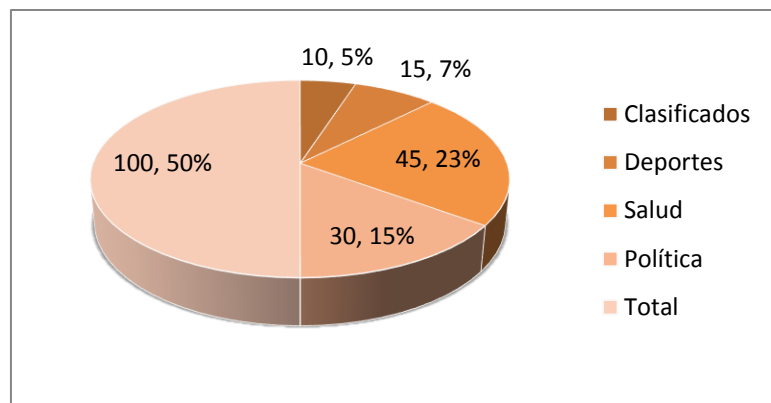
**Cuadro Nº 2 Información de Interés**

Respuesta	#	%
Clasificados	10	10.5%
Deportes	15	15.7%
Salud	45	45.23%
Política	30	30.15%
Total	100	100%

Fuente: Lotización sector Las Tolas

Elaborado por: Erika Rosanna Rivera Torres

**Gráfico Nº 2 Información de Interés**



Fuente: Lotización sector Las Tolas

Elaborado por: Erika Rosanna Rivera Torres

### **Análisis**

De la investigación realizada, el 45% de las personas encuestadas su información de interés es por la salud, mientras que un 30% se inclina hacia la política, un 15% le interesa el deporte y un 10% le interesan los clasificados.

### **Interpretación**

Se puede analizar que las personas prefieren conocer sobre temas de salud y política.

## **3.2 Conclusiones Específicas y Generales**

### **3.2.1 Específica**

- Que considera la investigación como la función de todo periodista y no sólo de una unidad investigativa.
- Que implementa mecanismos internos de verificación de la información.

### **3.2.2 General**

- Los medios de comunicación impresos son útiles en los sectores vulnerables de la ciudad de Babahoyo, porque influye de manera positiva porque permiten fortalecer el conocimiento del lector e inciden a mantenerse informados e instruidos.

### **3.3. Recomendaciones Específicas y Generales**

#### **3.3.1 Específicas**

- En la campaña la información, los mensajes y gráficos se diseñarán de tal forma que faciliten la comprensión, el conocimiento y la noticia A través de las piezas fundamentales de la información.

- La prestación de apoyo, a nivel nacional y local, a las organizaciones y medios de comunicación que brinden campañas de conocimiento en dicho sector.

#### **3.3.2 General**

Las personas se sienten más atraídas cuando se les presenta un producto tangible, que puedan consultar y leer con paciencia en cualquier momento según la forma en la que se redacte la noticia, podemos darle una importancia mayor o menor en nuestro entorno, aunque también están las noticias que no llegan a sus páginas o programas porque sus líneas editoriales no le permite publicarlas.

El tamaño físico y la forma del anuncio pueden modificarse para obtener el grado de dominio o de repetición idóneos para el propósito del patrocinador.

Éste puede utilizar anuncios en blanco y negro, en colores, suplementos semanales o inserciones para determinado público.

Realización de inserciones de volantes, folletos o cupones.

## **CAPITULO IV**

### **4 Propuesta Teórica de Aplicación**

#### **4.1 Propuesta de Aplicación de Resultados**

En esta propuesta de aplicación, planteamos establecer una campaña comunicacional, que se elabore en la población “La Tolas” del cantón Babahoyo, para la tesis de grado, previo a la obtención de Licenciatura en la especialización de Comunicación Social, denominada “Incidencia de los medios impresos en el desarrollo social del sector vulnerable “La Tolas” del cantón Babahoyo.

Se aplicará un proceso analítico sintético, estudiando aspectos particulares de los medios de comunicación que ayudan a los sectores más vulnerables. En este método la encuesta, entrevista y la observación directa de las actividades desarrolladas por los profesores, fueron de fundamental importancia, pues permitieron recabar adecuadamente la información.

Se propone a través de este estudio que las opiniones de los habitantes de esta comunidad sean escuchadas y sus quejas sean publicadas en espacio de opinión pública que tenga el diario de la localidad del cantón Babahoyo.

##### **4.1.1 Alternativa Obtenida**

El hablar de medios masivos de comunicación en la actualidad, este conlleva necesariamente a incluir la educación, si bien es cierto en la sociedad moderna los medios masivos ejercen gran influencia ya que ofrecen a la comunidad, niños y jóvenes una educación informal que en ocasiones consideran más llamativa e interesante que la obtenida en la escuela.

De tal manera el eje principal es contribuir al desarrollo de la comunidad y la provincia, cuyo objetivo primordial es mantener a los habitantes informados de los hechos de gran relevancia ya que podrán

manifestar sus necesidades, a través de los conocimientos obtenidos y respaldados por la ley: todas las personas tenemos derecho a ser informados.

Los medios de comunicación inciden más que nunca en la educación de las nuevas generaciones, tendientes a público de todas las edades e incluso influyen en la manera como el individuo se relaciona consigo mismo, con sus semejantes y con el mundo, siendo necesario que los educadores para apoyar a la institución educativa de los medios masivos de comunicación, conozcan cómo manejar la tecnología, a desarrollar competencias adecuadas de procesos mentales especializados que facilitan una labor de aprendizaje a través de ellos añadiendo en parte la cultura de los jóvenes de hoy donde exista una "cultura audiovisual", siendo necesario que los educadores sean capaces de interactuar con los alumnos, que estén dispuestos a recuperar las experiencias de niños y jóvenes, a favorecer la creación y positiva utilización de los mismos, y sobre todo incorporar los contenidos de la nueva tecnología en la educación.

Frente a esos obstáculos, han surgido recientemente las bases de datos de los medios impresos en el desarrollo social del sector vulnerable "Las Tolas" del cantón Babahoyo. que ofrecen al usuario la posibilidad de acceder de modo fácil y rápido a toda la información que, sobre un mismo tema, han generado los medios nacionales e internacionales.

Se superan de este modo, gracias a las nuevas tecnologías, limitaciones de tiempo de búsqueda de información, y sobre todo se ofrece la posibilidad de contemplar los hechos desde diversos puntos de vista.

En este trabajo se desarrollará Babahoyo provincia de Los Ríos y sus aplicaciones a la investigación y a la promoción de opinión pública, que deben parte importante de su existencia al avance tecnológico, pueden convertirse en un verdadero medio que derribe las barreras de tiempo y de dispersión en el acceso, selección y tratamiento de los grandes volúmenes de información disponibles.

#### **4.1.2 Alcance de Alternativa**

En base al estudio y encuestas realizadas, se pudo notar que la información a través de los medios impresos (locales) circulan poco, esto hace que solo puedan informarse a través de medios televisivos y radiales, aunque en ocasiones esto se ve colapsado por frecuencias que no llegan claras a todas las parroquias y comunas aledañas por lo que existe un desinterés por informarse.

La importancia de los medios de comunicación hoy en día, y su papel como creadores de opinión pública es tal, que se han convertido en fuente importante de donde extraer datos a la hora de iniciar una investigación. Nadie como ellos ofrece tal cantidad de información, periódica y puntual, sobre personas, actividades empresariales y sociales, hechos, etc. En este sentido, el volumen de información – diaria, semanal, mensual – que se ofrece es tan grande que el acceso a la misma supone una primera barrera para quien quiera iniciar su investigación. Por otro lado, no hay que olvidar la presencia de otros elementos (imparcialidad, falta deliberada de verdad informativa, manipulación) que ciertos medios imprimen a sus productos. Errores, o al menos, datos sesgados, son un segundo escollo importante que debe sortear el investigador.

#### **4.1.3 Aspectos Básicos de la Alternativa**

Debido a esto, mediante el análisis en esta localidades y basada en la Ley de Ejercicio Profesional del Periodista, se proyecta el apoyo del diario local “El Clarín” que abarque noticias que sean de interés local y provincial para que de esta manera puedan mantenerse informados y puedan enriquecer su intelecto, abarcando temas educativos, sociales, políticos, económicos, y turístico, pues consideran de vital importancia poder manifestar sus necesidades en torno a la localidad que busca desarrollo y porvenir para cada uno de sus habitantes que ayudara a la libertad real de expresión y opinión de los mismos, tal es así que serán gestores de cambio al contribuir con el desarrollo y el bienestar social.



#### **4.1.3.1 Antecedentes**

El presente trabajo de investigación que se plantea sobre la Incidencia de los medios impresos en el desarrollo social del sector vulnerable “Las Tolas” del cantón Babahoyo, se analiza que en estos sectores, no sólo de la provincia de Los Ríos sino en el Ecuador, existen dificultades en llegar los medios impresos por factores de malas condiciones de carreteras, clima, por problemas de logísticas, por falta de distribuidores, por factor económico de la población no permite que puedan comprar todos los días el periódico, por analfabetismo de la población hace que las personas no puedan leer estos medios impresos y que también estas personas utilicen otros medios de comunicación como la radio, la televisión, así mismo si establecemos por segmento poblacional, diríamos que en la actualidad y con el avance de la tecnología, estos medios impresos de comunicación, van quedando a un lado, ya que el segmento de jóvenes y de personas adultas, prefieren utilizar el internet para comunicarse y leer noticias locales y del mundo.

Estos instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica en forma masiva; son la manera como las personas, los miembros de una sociedad o de una comunidad se enteran de todo lo que sucede a su alrededor ya sea este a nivel económico, político, social, mediante el cual la información se obtiene, se procesa y, finalmente, se expresa, se comunica.

Los medios en la sociedad de hoy muestran una creciente influencia como formadores culturales, ya que determinan en gran medida nuestras ideas, hábitos y costumbres, en la actualidad es posible obtener grandes cantidades de información y noticias con gran rapidez sin importar el momento en que surgieron proporcionando información y elementos para que la persona o el público construyan, ponderen y formen sus opiniones.

Los medios de comunicación ejercen un gran poder en la toma de decisiones públicas sobre los temas más diversos fijando los acontecimientos noticiables, focalizando la atención del público, favoreciendo distintos climas de opinión pública, etc. De modo que es frecuente ver como se alían los medios de comunicación y los poderes ideológicos en la consecución de objetivos

medios impresos en el desarrollo social del sector vulnerable "Las Tolas" del cantón Babahoyo..

En un análisis de la información periodística sobre las protestas de Seattle, Salomón (2000) advierte que los "principales medios de información de Babahoyo se han ido deshechizando durante a las dos últimas décadas, a medida que sus propietarios corporativos les imponen una conformidad ideológica cada vez más estrecha", Salomón concluye su análisis de contenido del Diario Clarin resaltando que cuando una cuestión es importante para el Cantón y el sector corporativo, estos modelan su tratamiento en los principales medios informativos de Estados Unidos.

Para realizar un aproximación al papel social que desempeñan en la actualidad los medios de comunicación es preciso analizar al menos tres dimensiones complementarias. La económica, la política y la cultural (Giordano, 2000).

Dimensión económica. El sistema de medios de comunicación se afirma en una estructura económica semejante a la de otros sectores de la gran industria y las finanzas. En las dos últimas décadas se ha establecido a nivel mundial una estructura oligopólica excluyente, inmersa en un veloz proceso de concentración del poder comunicacional que consideraremos para resolver la problemática de los medios impresos en el desarrollo social del sector vulnerable "Las Tolas" del cantón Babahoyo..

El tamaño nacional e internacional de los grupos industriales de comunicación constituye el mayor escollo para el ejercicio de las libertades y derechos democráticos. No solo porque los distintos grupos se articulan en la defensa de opciones políticas bien diferenciadas, sino porque principalmente constituyen compañías transnacionales con unos intereses básicos compartidos con todo lo característico de su habitat económico y su referente político en el país de origen del capital que conforma el grupo.

La calidad del producto cultural e informativo se resiente con el crecimiento de los grupos de comunicación. En los medios escritos, la dinámica compulsiva de maximizar la audiencia a cualquier precio se refleja en una abundante producción comercial de contenidos mediocre y poco informativos se desvirtúan sometiéndolos a un esquema diseñado para cumplir una función de propaganda, comercial o política.

La consideración sobre la influencia de los medios de comunicación escritos de masas en la sociedad da lugar a dos posiciones que se han denominado apocalípticas e integradas. Mientras los integrados subrayan el potencial transformador de los nuevos medios y tecnologías y defienden el carácter positivo de esas transformaciones, los apocalípticos consideran que la naturaleza misma de estos medios (dependientes del mercado, centrados en la imagen para la construcción de sus mensajes...) determinan un tipo de contenidos degradados que constituyen una amenaza para los valores centrales de nuestras sociedades democráticas.

#### **4.1.3.2 Justificación**

“Los medios de comunicación son verdaderos canales de enlace, y dan a conocer sobre todos los acontecimientos a nivel general” juegan un papel protagónico en el establecimiento de procesos comunicativos entre sectores y actores sociales, no hay duda entonces que los medios de comunicación impresos, especialmente, se convierten en verdaderos aliados de los procesos educativos y de orientación destinados a los ciudadanos, porque “se constituyen en fuentes informativas, en relación con la difusión pública de noticias y mensajes sobre diversas temáticas, sin embargo, algunas no son consideradas importantes”.

La propuesta de realizar una campaña comunicacional dirigida a la población de “La Tolas”, a través del diario local del cantón Babahoyo, se justifica porque con ello se pretende educar, guiar, orientar a los ciudadanos

con el fin de que vayan instruyéndose del día a día de las noticias locales, nacionales e internacionales.

Se trata de incentivar que a través de los medios de comunicación escrito influyan de la formación educativa de los jóvenes de manera permanente en el sector vulnerable Las Tolas de la ciudad de Babahoyo y que se tenga el apoyo del diario local del cantón Babahoyo, para que existan distribuciones gratuitas de ejemplares para que puedan llegar por lo menos a este sector vulnerable una vez a la semana.

A fin de conocer la realidad o la situación actual en el mundo de los medios impresos, dado a esto consulte en diferentes fuentes de información para obtener datos precisos y exactos que me proporcione dichos conocimientos para realizar esta investigación. Es importante ver que el sector de los medios impresos en Bogotá ha cambiado bastante en los últimos años, pero esto también se debe a la necesidad generada por las empresas del sector de la industria gráfica, como editoriales, periódicos, imprentas y las agencias de publicidad y de diseño; para poder vender sus productos.

Hoy en día podemos ver los medios impresos en Ciudad Bolívar ha tenido una evolución para así poder vender un producto por este medio de comunicación, donde encontramos que los medios impresos son un importante canal de comunicación en la sociedad: los periódicos, revistas, boletines, folletos, entre otros, son medios que nos pueden comunicar mensajes en tiempos diferentes. Es por esto que los comunicadores periodistas necesitan conocer las características fundamentales para la producción de impresos que le permita utilizar este canal efectivamente. Se puede analizar los distintos niveles de satisfacción: racional, sensorial, social y del ego. Los consumidores pueden obtener estas satisfacciones después de haber experimentado el producto, después de un uso adecuado.

Así que los medios impresos entre más claros y creativos sean, llegan al consumidor o público y tendrán razones para comprar dicho producto y es cuando entran en crear y ser exigentes en sus estrategias de comunicación

para que los medios impresos sean más llamativos y el mensaje quede grabado en la mente del consumidor. Entonces en el documental vemos los medios impresos reflejados en sitios donde hay impresos como la prensa entre otros ya observando al público al que se dirige, y así lograr llamar la atención de dicha publicación para tal producto que sea. Con relación a esto realizar visitas a diferentes empresas y de tener la oportunidad de conocer el funcionamiento a que se dedican a la realización de medios impresos.

## **4.2.2 Objetivos**

### **4.2.2.1 Objetivo General**

- Analizar la influencia de los medios de comunicación en la población “La Tolas” del cantón Babahoyo.

### **4.2.2.2 Objetivos Específicos**

- Propiciar espacios de encuentros para concientizar la importancia de lectura de los medios impresos distribuidos en la localidad de “La Tolas”.
- Capacitar a las personas para que a su vez con el presidente barrial crear nexos, de manera que pueda agilizar convocar las inquietudes presentadas.
- Crear espacios de opinión, con la finalidad de que sus versiones sean escuchadas y publicadas en el diario de la localidad, en espacio de opinión de la comunidad.

## **4.3.3 Estructura General de la Propuesta**

El primer paso es calificar la cobertura de los temas relacionados con la población vulnerable “La Tolas” enfocándonos en 4 ejes de trabajo:

Eje 1: Temas investigados, según lo definido en el proyecto.

Eje 2: Calidad y enfoque de la cobertura de los temas.

Eje 3: Campaña comunicacional de la población beneficiada con la aportación del Diario Local del cantón Babahoyo.

Eje 4: Inculcar en las personas el hábito de lectura y el interés por informarse.

Para efectos didácticos, los temas abordados en estos 4 ejes temáticos pasarán por una reestructuración y constituyen la base para plantear como propuesta, una agenda que permita bajo un convenio, la publicación de artículos dedicados de la población una vez por mes en el medio citado. Se pretende enfocar la necesidad de tomar conciencia y articular esfuerzos a nivel local para crear círculos de apoyo y reconocimiento social.

Para lo cual se propone temas clasificados en:

- Entrevistas
- Testimonios
- Historias

La prensa es en gran medida responsable de la formación de la opinión pública, hecho que la sitúa en una posición vital para lograr la visibilidad de la lucha por la inclusión y el reconocimiento de las personas tanto de poblaciones vulnerables, como de las ciudades grandes a nivel local, nacional e internacional.

#### **4.3.3.1 TITULO**

“Incidencia de los medios impresos en el desarrollo social del sector vulnerable “La Tolas” del cantón Babahoyo”

#### 4.3.3.2 COMPONENTES

##### Componentes de la Propuesta

###### ✓ **Capacitación**

Se capacitará constantemente a quienes formen parte del grupo beneficiado de la comuna "Las Tolas".

La necesidad de capacitación surge e influye sobre lo que cada persona debe saber, y también sobre la forma de llevar sus aptitudes.

###### ✓ **Información**

Se encargarán de distribuir volantes y ejemplares gratis que distribuyan el diario de la localidad, indicando acontecimientos relevantes que hagan noticias del cantón Babahoyo.

Dentro del ámbito algunos medios de comunicación, son un género periodístico en el que la noticia es un "recorte de la realidad" sobre un hecho de actualidad que merece ser informado por algún tipo de criterio de relevancia social.

**Periódico:** La prensa diaria se distingue por la impresión en papel barato, al contrario del revisto, más ilustrado a color e impreso en mejor papel. Esta última forma de publicación ha experimentado una gran diversificación que le ha permitido resistir mejor a la competencia de los medios de comunicación electrónicos.

**Revistas:** Este tipo de ediciones son comúnmente basadas en las ediciones publicadas en papel. La tecnología hace que estas revistas puedan tener diseños más atractivos así como múltiples funciones que ayudan a tener una mayor interacción con los lectores.

**Libro:** el acto de maquetar tan solo se relaciona con la distribución de los elementos en un espacio determinado de la página, mientras editorial incluye fases más amplias del proceso, desde el proyecto gráfico.

**Desplegable:** Toda pieza gráfica comprende 2 procesos: Diseño e Impresión. Diseño incluye: diagramación, redacción, retoque de fotos, y envío por mail de bocetos para revisión y aprobación.

✓ **Distribución**

Se buscará el soporte de los puntos de ventas, canillitas, para que estos medios de comunicación impresos, lleguen a los lugares vulnerables de la localidad de “La Tolas” del cantón Babahoyo.

**Organización y Jerarquización de elementos.**

Para poder organizar y jerarquizar elementos en una publicación impresa, se hace necesario conocer el tipo de contenido para poder transmitir sus características, sus ventajas y novedades. Esto permite generar estrategias en la transmisión correcta del mensaje del productor al lector que este interesado en Las Tolas.

Es bueno destacar que los medio poseen sus géneros específicos en cuanto a los formatos, composición, información y jerarquización de los elementos, donde se busca expresar el mensaje de la publicación mediante el establecimiento de una unidad coherente entre texto y grafica conocida como maquetación

**Maquetación**

La maquetación o diagramación es un área dentro del diseño editorial que se encarga de organizar y distribuir en un espacio de la página, los contenidos escritos y visuales en el espacio dedicado a una publicación. Donde se debe organizar los elementos de mensaje en el papel, jerarquizando los criterios, que hagan funcional el mensaje, con una apariencia estética agradable



## **Diseño y diagramaciones de primera plana**

Para el diseño de la primera plana se debe tomar en cuenta que esta es la que toma el papel estelar de todo el medio impreso por lo que debe ser colocado lo mejor de la mercadería de la información, por lo que se debe tener en cuenta la elección de la escritura, la cual puede ser utilizada de forma vertical o horizontal, modalidad que puede ser empleada para los títulos como para los textos, igualmente se deben tomar en cuenta los lineamientos de orden tipográfico, donde todo en conjunto llame de manera inmediata la atención del lector impactando a simple vista.

En cuanto a la diagramación no se puede olvidar que los mensajes que se plasman en toda la página, en mucho de los casos no tienen relación entre sí, sino cuyo papel es transmitir al lector la importancia de los mensajes

### **Tipos de diagramación para primera plana:**

1. **Página balanceada:** ambos lados se equilibran perfectamente, utilizando el mismo tipo y tamaño de titulares
2. **Contraste y equilibrio:** se observa balance, pero no hay simetría
3. **Diagramado quebrado de circo:** no se sigue un esquema definido, se trata de evitar la simetría usando una amplia variedad de títulos, no obstante no se deja de lado la armonía

## **Diseño y diagramaciones de páginas interiores**

Para el diseño de las páginas interiores se puede inferir que las características principales que deben poseer, en una completa organización que permita llamar la atención del lector colocando grandes fotos, que logren mantener la atención del lector, ya que son estas páginas las que van a

conseguir suscripciones, y convertir el producto en un hábito arraigado en el lector

En cuanto a la diagramación moderna esta tiene la tendencia de buscar por todos los medios de lograr una buena diagramación, que pueda mantener la atención y encanto que produjo en ellos la primera plana. Actualmente a nivel mundial las páginas 2 y 3 de los medios impresos, en muchos casos son empleadas como una segunda y tercera plana.

### **Tipos de diagramas para páginas interiores:**

1. Balanceado: se busca el equilibrio de un lado y otro

2. Descendente: cuando los avisos ocupan la mitad de la página, poca información con títulos más negros, el cual se construye de izquierda a derecha, con la cabeza más fuerte a la izquierda y los otros títulos, y se desciende de modo resaltante hacia la derecha

3. Agregado: en caso de que la publicación ocupe una parte muy grande de la página, se trata de llenar el poco espacio que queda de forma tal que la noticia pueda competir con los anuncios en atraer la vista del lector

### **Diseño y diagramación de portadas y contraportadas.**

La portada es la que representa el escaparate de cualquier medio impreso, ya que en ella se recogen las informaciones más destacadas, las mismas deben realizarse de manera provocativa que llame la atención eventual del lector que pasa y la vea, ya que establece la identidad, el carácter y la frescura que posee un periódico, según su título, presentación y contenido lo que induce a comprarlo (H. Evans)

Estas deben ser diseñadas en función al recorrido visual del lector, el cual comienza en la denominada región óptima primaria, la cual está situada en

el ángulo superior izquierdo, con una buena cabecera, cuya información de primera plana este integrada por una noticia reina y una fotografía grande que puede estar o no ligada a la noticia principal, otras 2 o 3 noticias importantes, alguna con fotografía y a veces enmarcadas en rataplanes, este diseño puede diferir mucho de un medio impreso a otro

Por otra parte la contraportada, es la última página del medio impreso y sirve como contrapunto a la primera, cuyo objetivo es complementar, debido a que su estilo es más ligero, humorístico e irónico, poseen un elevado índice de lectura, en el caso de Venezuela, esta página es utilizada para las noticias de sucesos, informaciones y publicidad.

En cierta medida se puede inferir que también actúan como escaparate, ya que al doblarlas es la parte que queda visible.

En conclusión se podría decir que el lector suele comenzar su lectura dando un vistazo a la portada y contraportada, por lo que muchos autores coinciden en decir que el medio impreso tiene dos caras.

### **Diferencias de diseño y jerarquización entre medios impresos comunitarios, regionales, nacionales y mundiales.**

Hablar sobre la diferencia entre diseño y jerarquización de un medio impreso se debe establecer lo siguiente:

En cuanto al diseño de estos medios, se puede evidenciar es el que los mismos son impresos en un solo cuerpo, sin especificación de secciones, de manera horizontal y donde la jerarquización de la información que este transmite está establecida en su mayoría por informaciones, sobre la comunidad

Este medio es presentado en su mayoría en un solo cuerpo y es presentado de manera horizontal, divididos en secciones, con una cantidad de

páginas mayor a la de los medios comunitarios. En cuanto a la jerarquización de la información, esta va de lo regional, a lo comunal y un poco espacio se dedica a lo nacional y mundial

Este medio, en su mayoría es presentado, por varios cuerpos, los cuales representan las secciones que lo componen, que en su mayoría son de mayor cantidad que la de los medios regionales, y es presentado de manera vertical. cuya jerarquización va de lo nacional, a lo regional e internacional

Este medio es presentado de manera horizontal en su mayoría, con un solo cuerpo y una sola sección, ya que la jerarquización de la información está establecida por un solo género informativo, siendo los de economía y tecnología, los las usuales.

## **Diarios**

### **Ventajas:**

- Permiten una gran movilidad de mensajes
- Permiten la publicación del mensaje en una sección específica
- Tienen un número de lectores asegurado y comprobable
- Es relativamente fácil crear una estrategia por días específicos
- Su público lee, de modo que podemos agregar textos explicativos
- Se pueden realizar reportajes publicitarios o publrreportajes.

El tamaño físico y la forma del anuncio pueden modificarse para obtener el grado de dominio o de repetición idóneos para el propósito del patrocinador. Éste puede utilizar anuncios en blanco y negro, en colores, suplementos dominicales o inserciones para determinado público.

Realización de inserciones de volantes, folletos o cupones.

### **Desventajas:**

- El mercado que lee los diarios es muy pequeño
- Para crear impacto necesita una gran inversión
- Deficiente calidad de producción, el papel periódico generalmente produce una imagen menos impresionante que el papel suave satinado de las revistas; además muchos periódicos no pueden imprimirse en color
- Ausencia de control, no se controla dónde aparecerá el anuncio, salvo que el anunciante pague una tarifa especial por un lugar preferido.
- Saturación los anuncios compiten con el contenido editorial y con otros anuncios en la misma página o desplegado.

### **Revistas**

#### **Ventajas:**

- Hay tantas revistas como gustos entre los diferentes mercados.
- Su calidad de impresión por lo regular es buena
- Una revista siempre es leída por más de una persona
- Las revistas, casi por regla, son conservadas por sus lectores
- Permiten realizar publrreportajes

Color da a los lectores placer visual, y la reproducción del color es excelente en revistas satinadas. Con el color mejora la imagen y se identifica el paquete, en pocas palabras vende bien.

- Existen publicaciones especializadas
- Es posible una correcta segmentación de mercado
- Inserciones de muestras de productos, artículos promocionales, cupones, folletos.

### **Desventajas:**

- Para impactar un mercado será necesaria una gran inversión en más de una revista.
- Hay demasiadas publicaciones que no cumplen sus promesas de ventas.
- Es muy difícil el control del tiraje
- Su costo por millar es elevado
- El tiempo de impacto de un anuncio es muy bajo, incluso es probable que no se lea la inserción.
- Fuerte competencia publicitaria, las revistas de mayor circulación tienen un contenido publicitario de 52% y un contenido editorial de 48%

### **4.4 Resultados de la Alternativa**

Como resultados de la alternativa, se buscará que, durante la ejecución de la propuesta de este proyecto, la población de “La Tolas” del cantón Babahoyo, se mantengan informados semanalmente, con el apoyo de la comunidad, con el apoyo del diario local, con el apoyo de los distribuidores y canillitas de los medios impresos de comunicación.

Esta propuesta tiene como finalidad ser validada con el auspicio del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Los Ríos, Juntas Parroquiales de la Comunidad de “La Tolas”, con el diario de la localidad “El Clarín”, con los distribuidores de los medios de comunicación impresos.

El propósito de mantener informados a los habitantes a través de un medio impreso local es recomendable considerar aspectos importantes entre los cuales se destacan las noticias en todos sus ámbitos y en especial aquellas que contribuirán con el turismo generando así ingresos a sus moradores y al cantón.

Dar apertura a todos quienes desean que sus opiniones sean escuchadas para beneficiar a la localidad.

Despertar interés para que adquieran al periódico considerando la distribución y el costo.

Los habitantes estarán informados quincenalmente de los avances y acontecimientos importantes.

**El periódico:** llega prácticamente a casi todos los estratos sociales y hace una clara distinción en cuanto a los temas y el tipo de lector que lee cada publicación. Por ejemplo: un periódico sensacionalista o amarillista no será tomado en cuenta, con toda seguridad, por un lector que acostumbre leer un diario financiero. El nivel cultural es importante por lo que por medio de este medio puede tener éxito los medios impresos en el desarrollo social del sector vulnerable "Las Tolas" del cantón Babahoyo

**Diarios:** los diarios abarcan una zona geográfica delimitada. Existen algunos específicos para cada estado de la república, hay diarios municipales y diarios nacionales, estos últimos abarcan temas de interés general para los habitantes de un país y su alcance, obviamente es mucho mayor. Cada diario tiene sus propias características tanto de tendencias como de editorial: algunos tienen posturas políticas claras y definidas: otros son de interés financiero y económico; otros más son neutrales; otros son de crítica e izquierda; algunos son conservadores y otros tienen tintes amarillistas o escandalosos, pero todos tienen un segmento de población bien definido.

**Revistas:** las revistas son de carácter mucho más accesible que los diarios, responden a diferentes necesidades y crean un vínculo con sus lectores. Hay revistas especializadas en negocios, creatividad, publicidad, medicina, leyes, etc. Prácticamente en cada área. Existen también revistas de entretenimiento, como las dirigidas a jóvenes y adolescentes, que tratan sobre modas, chismes, niños y arte, entre otros, y prácticamente hay revistas sobre todo y para todos. Lo que contratemos dependerá de nosotros, del producto o servicio que pretendamos anunciar y de la estrategia que persigamos.

## BIBLIOGRAFÍA

AZNAR H., A. (2009).

BAKER E., B. (2011).

Barragán, C. C. (2006). Medios masivos de comunicación y su influencia en la educación. *Odiseo Revista Electronica de Pedagogia*, 6.

BECERRA, M. ,. (2009).

BOHMANN K. (2009).

Borrat, L. G. (2006).

BUCKINGHAM, D. (2004). *Educación en Medios, Alfabetización, Aprendizaje y Cultura Contemporánea*. España.: Editorial Paidós, España. Páginas 331.

Buenaño Nieto, E. G. (2007). *Análisis del discurso periodístico emitido por dos medios impresos del Ecuador*. Ecuador : (El Comercio, El Universo).

Bustamante Litardo, M. M. (2012). *Análisis de concientización preventiva a los diferentes problemas que afectan a la sociedad*. Guayaquil.

CAÑIZÁLEZ, A. (2009).

CAREY J. (2007).



Carito, L. (18 de Junio de 2010). *Los medios de comunicación impresos.*

Obtenido de Los medios de comunicación impresos: Los medios de comunicación impresos-Historia de la tecnología-Icarito.htm

CASTELLS M. (2008).

CASTELLS M., C. (2008).

Castro de Paz. (2009).

Flichy Patrice, F. (2013).

Gora, M. C. (2006). *INFLUENCIA DE LA PUBLICIDAD EN EL COMPORTAMIENTO DE LOS JÓVENES Y A DOLESCENTES.*  
Barcelona España: ARIEL S.A.

Gutenberg, J. (1940). *Invencion de la Imprenta.*

Malla Guanotasig, K. Y. (2013). *Análisis comparativo de la información de los medios impresos.* Ecuador : El Universo y El Telégrafo .

Martín-Barbero Jesús, M. (2011).

MASTRINI, G. ., (2009).

Oubiña David, O. (2009).

Pellegrini, C. (2007). *Medios de Comunicación.* Chile: Portal Pellegrinense.

PRIETO CASTILLO, D. (2006). *La Comunicación en la Educación.* . Ediciones CICCUS la Crujía. Páginas 142.

Rogel, D. E. (2013). Medios Impresos. En D. E. Rogel, *Diana Elizabeth Rivera Rogel* (pág. 72). Loja: Ediloja Cía. Ltda.

Rosales Guale, M. S. (2010). *La calidad de información y su incidencia en los medios de comunicación escritos*. Santa Elena.

Semanate, R. A. (2016). *Medios impresos y aproximaciones al periodismo digital*. . Quito.

Vargas Ramírez, M. (s.f.). *Influencia de los medios de comunicación en la Sociedad*.

Williams Raymond, W. (2006).

## **Linkografía**

1. <http://www.scribd.com/doc/2924340/La-Publicidad>
2. <http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/bloque9/pag3.html>
3. <http://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/LeyDeComunicacion-espaniol.pdf>
4. <http://medios-impresos.html>

# Anexos

## CUESTIONARIO DE ENCUESTA

**Realizado a los jóvenes y adolescentes de la ciudad de Babahoyo, con respecto al tema “Incidencia de los medios impresos en el desarrollo social del sector vulnerable “Las Tolas” del cantón Babahoyo”.**

De acuerdo a su criterio marque con una X la respuesta que crea conveniente.

**1. ¿Por qué medios usted se entera de lo que sucede en la ciudad de Babahoyo?**

RADIO	<input type="checkbox"/>
TELEVISION	<input type="checkbox"/>
PRENSA	<input type="checkbox"/>
INTERNET	<input type="checkbox"/>

**2. ¿Qué tipo de información le interesa?**

CLASIFICADOS	<input type="checkbox"/>
DEPORTES	<input type="checkbox"/>
SALUD	<input type="checkbox"/>
POLITICA	<input type="checkbox"/>

**3. ¿Si entre los medios de su preferencia está el medio escrito, de qué forma le gustaría que llegue a sus manos?**

GRATUITO	<input type="checkbox"/>
COMPRADO	<input type="checkbox"/>

**4. ¿Usted tiene conocimientos sobre los valores humanos?**

NO

SI

**5. ¿Sabía usted que la información de los medios impresos puede ser archivado?**

NO

SI

**6. Qué nivel de instrucción educativa tiene?**

PRIMARIA

SUPERIOR

SECUNDARIA

NINGUNA

**7. ¿Usted trabaja?**

NO

SI

**8. ¿Usted cree que la información proporcionada en los medios impresos influye en las personas?**

NO

SI

**9. ¿Usted cuida el ornato del sector?**

NO

SI

# FOTOS



Fotografía por: Erika Rivera Torres

Sector "Las Tolas





Fotografía por: Erika Rivera Torres

Sector "Las Tolas"





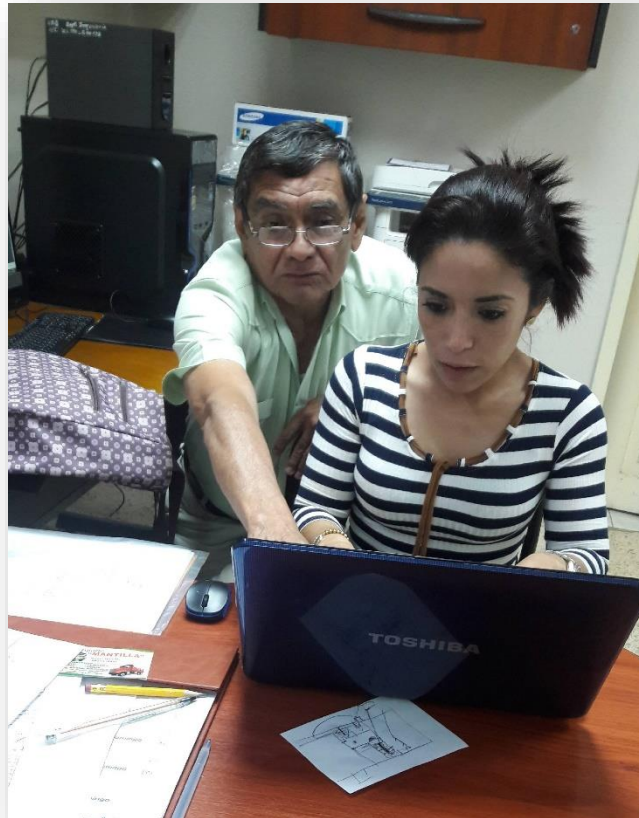


Fotografía por: Erika Rivera Torres

Sector "Las Tolas"

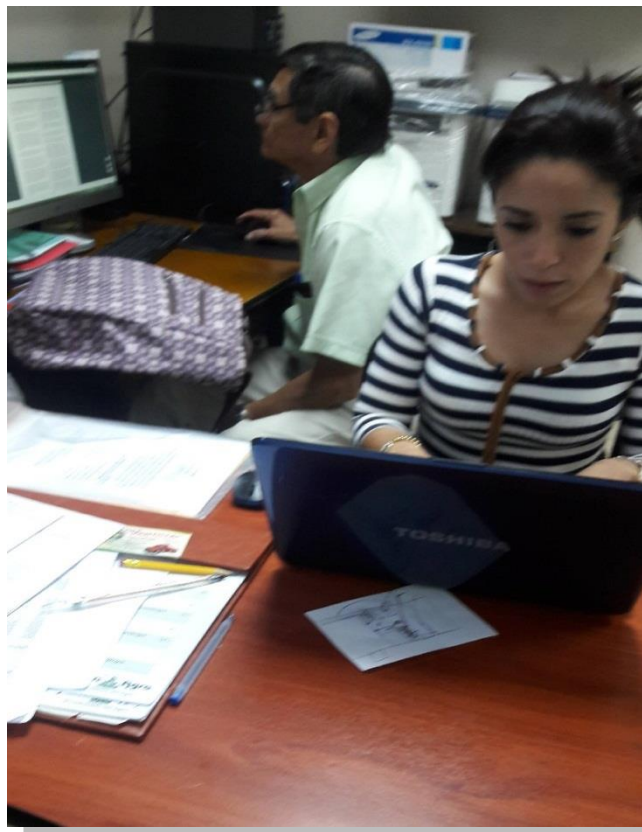






Fotografía por: Erika Rivera Torres

Tutorías del Informe Final del Proyecto por el Tutor



3. ¿Si entre los medios de su preferencia está el medio escrito, de qué forma le gustaría que llegue a sus manos?

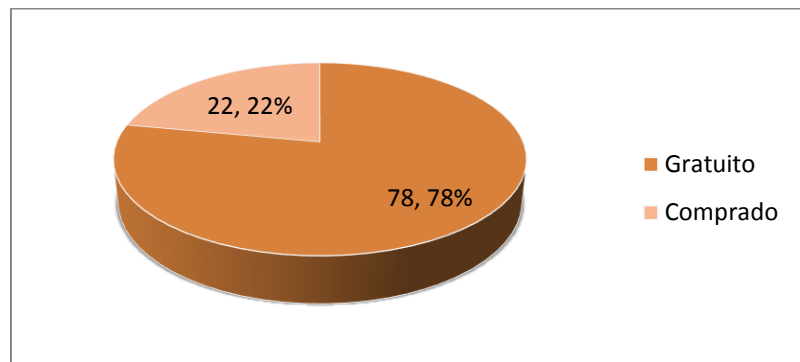
**Cuadro N° 3 Medios escrito de preferencia**

Respuesta	#	%
Gratuito	78	78.78%
Comprado	22	22.22%
Total	100	100%

Fuente: Lotización sector Las Tolas

Elaborado por: Erika Rosanna Rivera Torres

**Gráfico N° 3 Medios escrito de preferencia**



Fuente: Lotización sector Las Tolas

Elaborado por: Erika Rosanna Rivera Torres

### **Análisis**

De la investigación realizada, el 78% de las personas encuestadas es de su preferencia recibir gratuitamente un medio de información escrito, mientras que un 22% lo obtiene comprando.

### **Interpretación**

Se puede analizar que las personas prefieren recibir gratuitamente un medio de información de su preferencia.

#### 4. ¿Usted tiene conocimientos sobre los valores humanos?

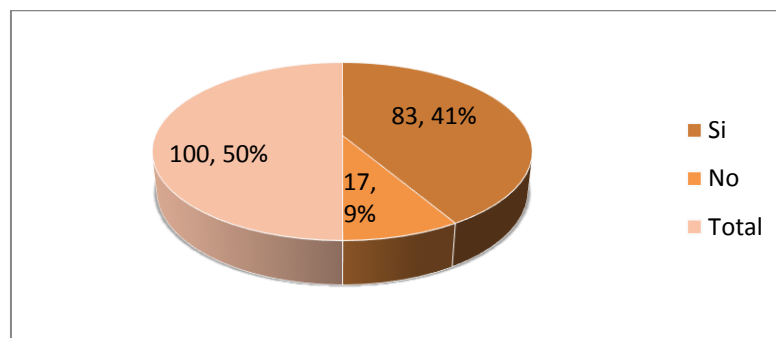
**Cuadro Nº 4 Valores Humanos**

<b>Alternativas</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Si	83	41%
No	17	59%
Total	100	100%

Fuente: Lotización sector Las Tolas

Elaborado por: Erika Rosanna Rivera Torres

**Gráfico Nº 4 Valores Humanos**



Fuente: Lotización sector Las Tolas

Elaborado por: Erika Rosanna Rivera Torres

#### **Análisis**

De la investigación realizada, el 83% de las personas encuestadas manifiesta tener conocimiento de valores humanos, mientras que un 17% no lo conoce.

#### **Interpretación**

Se puede analizar que las personas tienen conocimiento de valores humanos.

5. ¿Sabía usted que la información de los medios impresos puede ser archivado?

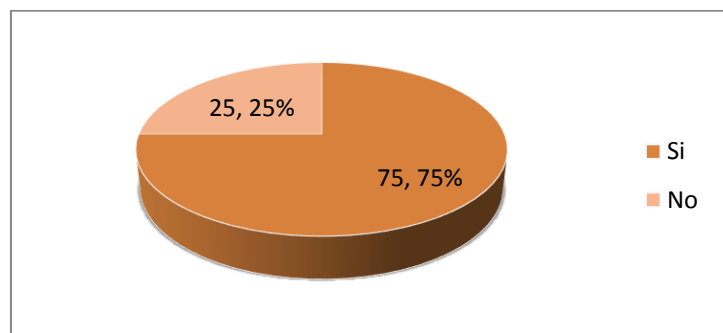
**Cuadro N° 5 Archivo de información**

Alternativas	#	%
Si	75	75.75%
No	25	25.25%
Total	100	100%

Fuente: Lotización sector Las Tolas

Elaborado por: Erika Rosanna Rivera Torres

**Gráfico N° 5 Archivo de información**



Fuente: Lotización sector Las Tolas

Elaborado por: Erika Rosanna Rivera Torres

**Análisis**

De la investigación realizada, el 75.75% de las personas encuestadas manifiesta tener conocimiento de valores humanos, mientras que un 25.25% no lo conoce.

**Interpretación**

Se puede analizar que las personas tienen conocimiento de valores humanos.

## 6. ¿Qué nivel de instrucción educativa tiene?

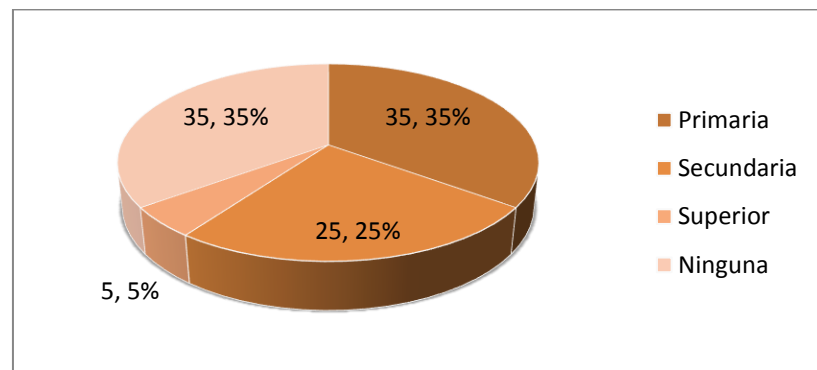
**Cuadro Nº 6 Instrucción educativa**

<b>Alternativas</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Primaria	35	35.35%
Secundaria	25	25.25%
Superior	5	5.5%
Ninguna	35	35.35%
Total	100	100%

Fuente: Lotización sector Las Tolas

Elaborado por: Erika Rosanna Rivera Torres

**Gráfico Nº 6 Instrucción educativa**



Fuente: Lotización sector Las Tolas

Elaborado por: Erika Rosanna Rivera Torres

### **Análisis**

De la investigación realizada, el 35% de las personas encuestadas manifiesta tener conocimiento de estudios primarios, y otro grupo manifiesta que no, y el 25% manifiesta tener conocimientos secundarios.

### **Interpretación**

La mayoría de habitantes solo tiene estudios primarios.

## 7. ¿Usted trabaja?

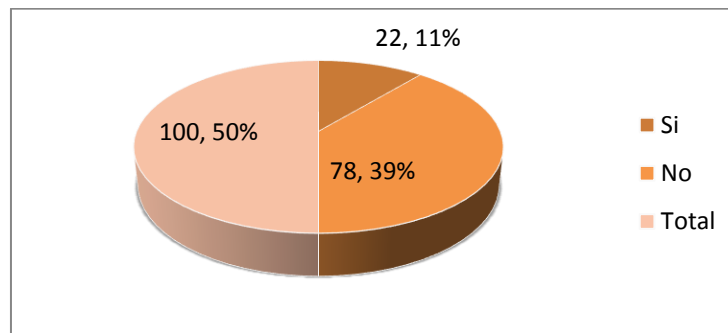
**Cuadro Nº 7 Ocupación laboral**

<b>Alternativas</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Si	22	22,1%
No	78	78,4%
Total	100	100%

Fuente: Lotización sector Las Tolas

Elaborado por: Erika Rosanna Rivera Torres

**Gráfico Nº 7 Ocupación laboral**



Fuente: Lotización sector Las Tolas

Elaborado por: Erika Rosanna Rivera Torres

### **Análisis**

De la investigación realizada, el 78% de las personas encuestadas manifiesta que no tienen ocupación laboral, y el 22% manifiesta que si tienen ocupación laboral.

### **Interpretación**

La mayoría de personas no trabaja.

**8. ¿Usted cree que la información proporcionada en los medios impresos influye en las personas?**

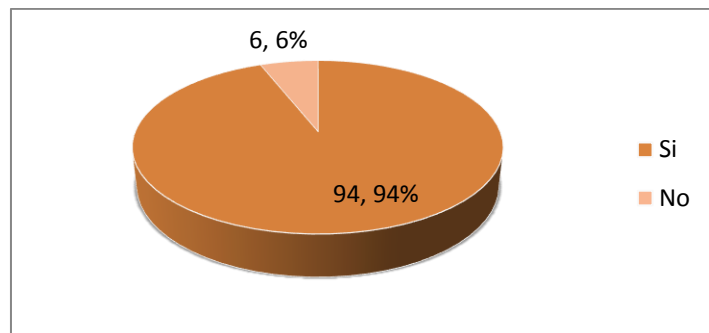
**Cuadro N° 8 Información de los medios impresos**

<b>Alternativas</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Si	94	94,9%
No	6	6%
Total	100	100%

Fuente: Lotización sector Las Tolas

Elaborado por: Erika Rosanna Rivera Torres

**Gráfico N° 8 Información de los medios impresos**



Fuente: Lotización sector Las Tolas

Elaborado por: Erika Rosanna Rivera Torres

**Análisis**

De la investigación realizada, el 94% de las personas encuestadas manifiesta que si cree que la información proporcionada por los medios impresos influye en las personas, y el 6% considera que no influye.

**Interpretación**

Se puede analizar que las personas, mayoritariamente, consideran que la información proporcionada por los medios impresos tiene influencia en las personas.

## 9. ¿Usted cuida el ornato del sector?

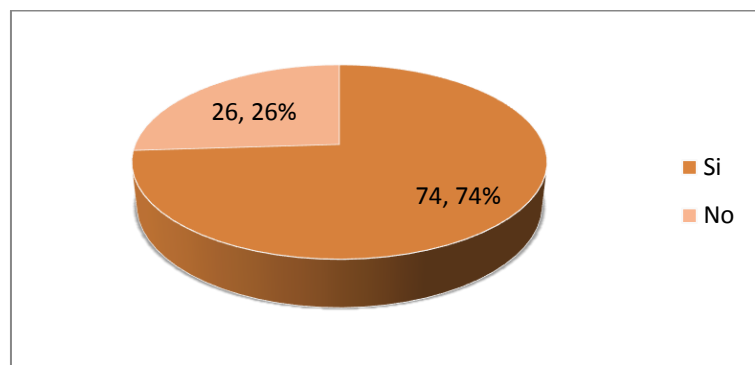
**Cuadro Nº 9 Cuidado del ornato del sector**

<b>Alternativas</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Si	74	74%
No	26	26%
Total	100	100%

Fuente: Lotización sector Las Tolas

Elaborado por: Erika Rosanna Rivera Torres

**Gráfico Nº 9 Cuidado del ornato del sector**



Fuente: Lotización sector Las Tolas

Elaborado por: Erika Rosanna Rivera Torres

### **Análisis**

De la investigación realizada, el 74% de los encuestados prefiere el cuidado del ornato en el sector.

### **Interpretación**

Se puede analizar que las personas consideran necesario el cuidado del ornato.