



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE  
GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE PERIODISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

Previo a la obtención del Título de:

**LICENCIADOS EN PERIODISMO**

**Análisis del impacto del periodismo comunitario en las  
urbanizaciones del sector noreste, de la Vía a la  
Costa**

**TUTORA:**

**LCDA. BETTY ABAD MORA**

**AUTORES:**

**SILVIA PAOLA HERNANDEZ ANDRADE  
BETZABE ADRIANA VERNAZA BRIONES**

**GUAYAQUIL-ECUADOR  
2011-2012**

# **CERTIFICACIÓN DE LOS AUTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

Guayaquil, .....

Certifico que el Proyecto de Investigación titulado

.....

.....

....., ha sido elaborado por .....

.....

Bajo mi tutoría, y que el mismo reúne los requisitos para ser defendidos ante el Tribunal

Examinador que se designe al efecto.

---

TUTOR

**UNIVERSIDAD LAICA**  
**VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE PERIODISMO**  
  
**HOJA DE CALIFICACIONES**

El tribunal examinador, previo a la obtención del título de Licenciando en Periodismo, otorga al presente proyecto las siguientes calificaciones:

TRABAJO ESCRITO:	{	}
EXPOSICIÓN ORAL:	{	}
TOTAL:	{	}
EQUIVALENTE A:	{	}

---

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

---

PROFESOR (A) DELEGADO

---

PROFESOR (A) DELEGADO

# DEDICATORIA

BETZABE VERNAZA

Dedico este trabajo de investigación a quienes día a día me preguntaron cómo estaba avanzando en mi proyecto mis padres Segundo y Aura; a Dios que sin escuchar su voz me dio salud, fuerza y ganas para seguir en mi tesis; a mi novio Víctor que nunca me soltó la mano y estuvo ahí con una sonrisa; y a mis amigos Jimmy e Ivonne que en la recta final de mi proyecto me ayudaron incondicionalmente, a ellos muchas gracias.

# DEDICATORIA

SILVIA HERNÁNDEZ

Dedico este proyecto de tesis a Dios y a mis padres. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mi madre en especial, quien a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Es por ellos que soy lo que soy ahora. Los amo con mi vida.

# AGRADECIMIENTO

Expresamos nuestro agradecimiento a todos nuestros profesores que nos han apoyado durante la trayectoria de este proyecto. En especial a nuestra tutora Lic. Betty Abad Mora , Mg. Hortensia Carranza Rojas y el Lcdo. Federico Varas Chiquito por su confianza.

## **DECLARACIÓN EXPRESA**

La responsabilidad del contenido de esta tesis, nos corresponde exclusivamente Betzabe Adriana Vernaza Briones y Silvia Paola Hernández Andrade, estudiantes de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de la facultad de Periodismo.

---

Betzabe Vernaza

---

Silvia Hernández

# INTRODUCCIÓN

La comunicación es el proceso social humano más importante, es la herramienta que hace posible que las personas que forman una sociedad, conjuntos cerrados, comunidad, barrios, recintos puedan expresarse libremente el funcionamiento de las sociedades humanas es posible gracias a la comunicación.

Desde el punto de vista técnico se entiende por comunicación a la acción y efecto de comunicarse y si no existe un medio como se comunican, expresan y cuentan sus hechos la sociedad. Es por ello que la comunicación implica la transmisión de una determinada información.

Desde la antigüedad la comunicación se la realizó de tipo oral lo que se entiende de individuo a individuo, por medio de una palabra, después se plasmo en forma escrita por medio de un periódico luego la comunicación se presenta de emisor y receptor y audiovisual gracias a los medios radiales y televisivos.

En la actualidad existe comunicación hasta en la web debido a la influencias de las redes sociales blog y paginas online la comunicación es interactiva y logra comunicar al ser humano desde cualquier parte del mundo por medio del internet.

# ÍNDICE

<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>1</b>
<b>1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA</b> .....	<b>4</b>
<b>1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b> .....	<b>7</b>
<b>1.4. JUSTIFICACIÓN</b> .....	<b>7</b>
<b>1.5. OBJETIVO</b> .....	<b>9</b>
1.5.1. OBJETIVO GENERAL .....	9
1.5.2. OBJETIVO ESPECÍFICOS.....	9
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>10</b>
<b>2. MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>10</b>
<b>2.1 . FUNDAMENTACIONES TEÓRICAS DEL PROBLEMA</b> .....	<b>10</b>
2.1.1. FUNDAMENTACIÓN COMUNICATIVA .....	10
2.1.1.1. HISTORIA DE LOS MEDIOS COMUNITARIOS A NIVEL MUNDIAL .....	10
2.1.1.2. HISTORIA DE LOS MEDIOS COMUNITARIOS EN ECUADOR .....	15
2.1.1.3. TIPOS DE MEDIOS COMUNICACIÓN EN ECUADOR.....	19
2.1.1.3.1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICOS .....	21
2.1.1.3.2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN PRIVADOS.....	22
2.1.1.3.3. MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIOS .....	22
2.1.1.4. ¿QUÉ ES EL PERIODISMO COMUNITARIO?.....	24
2.1.1.5. PERIODISMO COMUNITARIO EN GUAYAQUIL .....	26
2.1.1.6. PERIODISMO COMUNITARIO EN MI ENTORNO.....	29
2.1.2. FUNDAMENTACIÓN SOCIOLÓGICA .....	30
2.1.2.1. HISTORIA DEL PERIODISMO COMUNITARIO EN LA SOCIEDAD.....	30
2.1.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL .....	34

2.1.3.1. CÓDIGO DE ÉTICA DEL PERIODISTA EN EL ECUADOR.....	36
<b>2.2 HIPÓTESIS Y VARIABLES .....</b>	<b>41</b>
2.2.1 HIPÓTESIS GENERAL.....	41
2.2.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS .....	41
2.2.3 VARIABLES .....	42
<b>CAPÍTULO 3 .....</b>	<b>45</b>
<b>3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>45</b>
<b>3.1 PARADIGMA CUALICUANTITATIVO .....</b>	<b>45</b>
<b>3.2 TIPO DE ESTUDIO.....</b>	<b>45</b>
<b>3.3 MÉTODOS.....</b>	<b>46</b>
<b>3.3.1 MÉTODO PROBABILÍSTICO POR CONGLOMERADO .....</b>	<b>46</b>
<b>CAPÍTULO 4 .....</b>	<b>54</b>
<b>4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADO .....</b>	<b>54</b>
<b>4.1 TABLAS Y GRÁFICOS.....</b>	<b>54</b>
<b>4.2 INTERPRETACIONES .....</b>	<b>66</b>
<b>4.3 ENTREVISTAS .....</b>	<b>70</b>
<b>4.3.1 ENTREVISTA A JULIÁN CORAL CAICEDO.....</b>	<b>70</b>
<b>4.3.2 Entrevista al Ingeniero Ruthsbel Tampo.....</b>	<b>73</b>
<b>4.3.3 Entrevista Arquitecto Luis Alvarado Marín .....</b>	<b>75</b>
<b>4.3.4 Entrevista Abogado Carlos San Andrés.....</b>	<b>77</b>
Notario de profesión el Ab. San Andrés fue uno de los primeros habitantes que tuvo la urbanización Terranostra.....	77
<b>CAPÍTULO 5 .....</b>	<b>79</b>
<b>5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>79</b>
<b>5.1 CONCLUSIONES.....</b>	<b>79</b>
<b>5.2 RECOMENDACIONES .....</b>	<b>80</b>
<b>CAPÍTULO 6 .....</b>	<b>82</b>
<b>6. PROPUESTA .....</b>	<b>82</b>
<b>6.1 TÍTULO DE LA PROPUESTA .....</b>	<b>82</b>

<b>6.2</b>	<b>JUSTIFICACIÓN</b> .....	<b>82</b>
<b>6.3</b>	<b>FUNDAMENTACIONES</b> .....	<b>84</b>
6.3.1	FUNDAMENTACIÓN COMUNICATIVA .....	84
6.3.2	FUNDAMENTACIÓN TECNOLÓGICA .....	85
<b>6.4</b>	<b>OBJETIVOS: GENERALES Y ESPECÍFICOS</b> .....	<b>87</b>
6.4.1	OBJETIVO GENERAL.....	87
6.4.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	87
<b>6.5</b>	<b>IMPORTANCIA</b> .....	<b>87</b>
<b>6.6</b>	<b>UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA</b> .....	<b>89</b>
<b>6.7</b>	<b>FACTIBILIDAD</b> .....	<b>90</b>
6.7.1	FACTIBILIDAD ECONÓMICA.....	91
<b>6.7.2</b>	<b>FACTIBILIDAD TECNOLÓGICA</b> .....	<b>92</b>
<b>6.7.3</b>	<b>FACTIBILIDAD LEGAL</b> .....	<b>93</b>
<b>6.8</b>	<b>DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA</b> .....	<b>95</b>
6.8.1	LOGO DEL PERIÓDICO COMUNITARIO .....	96
6.8.2	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DEL PERIÓDICO COMUNITARIO ONLINE ..	98
6.8.3	DESARROLLO Y CONTENIDO DE LOS MENÚS PRINCIPALES.....	101
6.8.4	ACTIVIDADES .....	109
6.8.5	RECURSOS .....	110
6.8.6	CRONOGRAMA .....	112
6.8.7	PRESUPUESTO.....	114
<b>6.9</b>	<b>IMPACTO</b> .....	<b>116</b>
<b>6.10</b>	<b>VALIDACIÓN</b> .....	<b>117</b>

## **CAPÍTULO 1**

### **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL**

En la actualidad los medios de comunicación masivos, se centralizan de publicar objetos o noticias de carácter comercial, lo que significa que otros intereses socioculturales, o problemas comunitarios queden en segundo plano, por ejemplo la convivencia ciudadana, sus conflictos, intereses y necesidades.

El habitar en un complejo urbanístico es una necesidad que ha surgido debido a la tranquilidad que busca la población, ya sea para escapar del ruido, de la delincuencia o simplemente de la vida en la ciudad.

El vivir en estos macrolote cerrados, y privados en ocasiones trae aislamiento, ya que no existe un medio alternativo por lo cual sus habitantes se enteren de lo que ocurre a sus alrededores, y de los mínimos problemas que ayudarían a una mejor comunicación.

Los conjuntos cerrado se han convertido en el nuevo lugar habitacional, ya que el alto índice de inseguridad ha promovido que los habitantes de la urbe porteña asuman este estilo de vida como medida de protección, desconociendo la falta de incomunicación

Una de las desventajas de vivir fuera de la urbe o en conjuntos privados es la falta de información existente sobre los planes de mejoramiento, adecuaciones

o acciones que afecten directamente a sus moradores, ya que no existe ningún medio de comunicación comunitario que permita mantener el contacto entre los residentes del sector.

En algunas de las urbanizaciones cerradas del sector noroeste, de la Vía a la Costa el uso de sus casas es exclusivamente para habitar no existen espacios diseñadas para restaurantes, farmacias, cyber, o simplemente una tienda de víveres que faciliten lo necesario para una tranquilidad emocional, es prohibido el ingreso de personas extrañas o sujeto que quieran impartir cualquier información.

Debido a esto surge la incomunicación ya que ellos no puede recibir un medio físico, debido a las políticas de su conjunto residencial, lo que si se produce es la subcripciones a medios mensual tradicionales y con autorización de las administrativas productos como agua embotelladas, gas de huso domésticos y otros enseres pueden ingresar con la autorización previa de los guardias a los domicilios de los residentes.

La comunidad de Terranostra será nuestro objeto de estudio para este análisis, la construcción de esta urbanización se puso en marcha desde el año 2005 ya el 2006 los macrolote de Ibiza, Menorca y Mallorca que conforman la primera fase ya estaban edificados entre 100 y 110 familias forman parte de este complejo urbanístico. En la actualidad otros macrolote forman parte ya de este grupo de etapas y son Bonanova, Tarragona, Vilanova, Pedralbles, Génova y Alicante se suman a esta comunidad.

Terranostra tiene como objetivo principal la creación de una Iglesia. Los católicos de la comunidad acuden en el verano los domingos a las 8:15 pm a escuchar la misa en el área social de Ibiza ya que no cuenta con el espacio adecuado el párroco, Raniero Marincioni, de Puerto Azul proveniente de Nueva

Jersey, Estados Unidos es el encargado de comulgar y dar la liturgia a esta comunidad los domingos.

Después de observar las realidades, de su sector el párroco incentivó a las habitantes de la comunidad para la creación de una iglesia con las familias que habitan en las diferentes etapas. Desde ese momento, varias mujeres empezaron a planificar con el sacerdote la construcción de una iglesia. Realizarán bingos, ferias de comida criolla, venta de artículos usados, rifas, concursos, entre otras actividades para recaudar fondos.



Fuente Betzabe Vernaza

Fotografía 1: Población de Terranostra, escucha la misa en el club de Ibiza

También en la urbanización no existe espacio adecuado para que los habitantes satisfagan sus necesidades básicas según los administrativos se proyecta construir en este año lugares adecuados como tiendas de abastecimientos múltiples, que es una de las principales cosas que la población desea, ya que ocasiones tienen que comprar sus alimentos por mayor en los supermercados, y cuando se terminan sus víveres optan por salir a los centro comerciales como Rio Centró Ceibos que es lo más cerca de la zona.

Lo que existe en esta complejo urbanístico son aéreas creativas como 1 cancha de tenis, 2 canchas de fútbol, que también es utilizada para jugar

básquet, una área destinada para eventos sociales, esto se suma a que cada una de las etapas cuenta con un pequeño parque y una área para realizar fiestas.

El concepto de urbanización cerrada presenta variaciones de definiciones según países en donde se lo utilice aunque en sus aspectos generales existe una coincidencia en cuantos a estos nuevos productos inmobiliarios, son basados en las condiciones de cerramientos, vigilancia privada y separación de la ciudad tradicional.

## **1.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

Según datos del Instituto Ecuatoriano de Censo y Estadísticas (INEC) la población de la ciudad de Guayaquil es de 2.350.915 habitantes a su vez en el sector noreste de la Vía a la Costa sus residentes son de 18.651 en las diferentes urbanizaciones.

En el gráfico se puede diferenciar la población exacta de todas urbanización que están asentadas en el sector noreste, de la vía a la Costa estas están divididas por sexo y grupo de edades.

**Análisis del impacto del periodismo comunitario en las urbanizaciones del sector noreste, de la Vía a la Costa**

**INFORMACIÓN DE SECTORES CENSALES DEL ÁREA VIA A LA COSTA DESDE PTO AZUL HASTA URB LOS ANGELES  
CABECERA CANTONAL DE GUAYAQUIL**

Código INEC	Cód Zona Censal	Cód Sector Censal	SEXO			GRUPOS DE EDAD																			Total			
			Hombre	Mujer	Total	Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 años	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años		De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y más
090150190001	190	001	166	193	359	6	12	19	17	35	32	38	33	25	21	21	24	16	27	12	9	6	2	3	1	0	0	359
090150190002	190	002	149	173	322	2	14	13	23	43	25	23	15	27	26	30	31	17	11	3	4	3	5	6	0	1	0	322
090150190003	190	003	171	169	340	5	12	28	34	23	30	13	23	22	28	27	21	31	10	11	7	7	5	1	0	1	1	340
090150190004	190	004	216	225	441	4	29	34	51	38	21	27	35	40	40	34	32	21	12	7	8	6	0	1	0	1	0	441
090150191001	191	001	177	206	383	3	14	19	22	51	41	32	18	19	29	30	42	26	14	4	7	2	3	3	2	2	0	383
090150191002	191	002	267	320	587	5	15	42	48	63	45	54	31	40	35	44	45	37	29	20	15	8	9	0	2	0	0	587
090150191003	191	003	176	194	370	6	25	26	26	33	31	40	28	23	22	28	37	14	9	11	5	3	2	1	0	0	0	370
090150191004	191	004	133	154	287	3	14	17	28	35	21	27	14	10	12	37	27	26	5	6	0	2	1	1	1	0	0	287
090150191005	191	005	191	214	405	6	11	23	49	46	25	34	33	27	44	31	29	20	5	7	8	0	3	4	0	0	0	405
090150191006	191	006	200	218	418	4	14	31	45	50	37	26	14	17	35	45	42	31	8	6	5	4	1	3	0	0	0	418
090150191007	191	007	175	188	363	2	17	20	30	42	35	21	21	20	25	39	34	21	20	5	6	1	3	1	0	0	0	363
090150191008	191	008	170	207	377	5	15	25	33	54	31	24	20	28	23	31	29	19	9	16	3	4	5	2	0	1	0	377
090150191009	191	009	202	199	401	6	17	26	26	36	40	25	23	37	28	32	25	31	25	10	7	1	5	1	0	0	0	401
090150193001	193	001	165	162	327	5	27	41	24	19	19	25	48	38	29	19	14	10	5	2	1	0	0	1	0	0	0	327
090150193002	193	002	230	255	485	5	46	64	36	46	21	17	54	54	57	37	15	9	6	7	4	4	2	1	0	0	0	485
090150193003	193	003	137	149	286	5	23	25	28	16	19	16	32	35	26	26	9	13	7	4	0	1	1	0	0	0	0	286
090150193004	193	004	155	174	329	3	26	31	27	19	28	18	38	33	33	14	30	14	4	4	2	0	3	2	0	0	0	329
090150193005	193	005	289	284	573	7	22	55	69	50	36	22	36	33	51	93	28	21	17	14	7	7	3	1	0	1	0	573
090150193006	193	006	165	181	346	2	21	24	37	38	25	16	25	31	34	23	21	18	14	5	7	2	1	1	1	0	0	346
090150193007	193	007	320	342	662	13	64	80	67	49	37	35	77	80	49	48	26	14	14	5	0	3	1	0	0	0	0	662
090150193008	193	008	201	232	433	7	50	45	35	24	19	25	76	49	28	23	13	14	11	8	4	0	1	0	1	0	0	433
090150193009	193	009	251	280	531	8	50	54	43	42	25	24	76	64	49	36	19	19	11	8	1	1	0	0	1	0	0	531
090150193010	193	010	88	92	180	4	16	16	16	14	10	16	25	17	15	16	4	5	1	1	1	3	0	0	0	0	0	180
090150194001	194	001	250	175	425	12	32	46	36	37	30	52	39	38	29	24	20	8	8	1	7	4	2	0	0	0	0	425
090150194002	194	002	152	147	299	9	24	33	22	28	27	43	25	14	13	17	16	11	8	4	1	3	0	1	0	0	0	299
090150194003	194	003	212	184	396	9	43	45	42	33	37	37	40	17	15	20	17	18	6	7	3	2	1	4	0	0	0	396
090150194004	194	004	228	196	424	5	38	56	51	50	34	35	32	33	24	15	11	12	8	8	6	1	3	2	0	0	0	424
090150194005	194	005	319	298	617	11	42	68	78	64	49	64	54	35	26	37	28	20	17	10	7	2	3	2	0	0	0	617
090150194006	194	006	273	295	568	6	43	57	72	53	33	19	36	57	59	46	30	16	16	7	4	4	5	1	1	1	0	568
090150194007	194	007	194	203	397	5	24	39	48	38	15	20	26	42	46	30	21	14	15	9	1	0	2	0	1	0	0	397
090150194008	194	008	304	289	593	9	63	72	70	67	49	41	33	43	30	39	27	17	9	10	6	5	2	0	0	0	0	593
090150194009	194	009	121	135	256	2	27	23	35	32	13	12	12	28	33	18	12	2	3	0	2	0	1	0	1	0	0	256
090150194010	194	010	76	89	165	2	10	21	16	10	17	9	11	18	14	10	13	12	1	1	0	0	0	0	0	0	0	165
090150194011	194	011	57	59	116	4	11	9	13	9	6	14	5	15	10	11	4	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	116
090150195004	195	004	121	103	224	3	21	20	37	14	8	15	20	21	27	13	8	10	1	2	3	0	0	1	0	0	0	224
090150195005	195	005	175	208	383	6	31	38	40	23	20	18	48	45	30	22	13	17	10	5	2	6	5	2	2	0	0	383
090150195006	195	006	101	117	218	6	12	23	23	17	14	11	29	28	16	13	8	10	4	2	0	2	0	0	0	0	0	218
090150195007	195	007	219	230	449	2	10	58	47	35	24	15	39	62	60	31	22	21	8	2	4	5	2	1	0	0	0	449
090150195008	195	008	173	202	381	7	28	49	45	29	18	22	40	47	38	29	12	5	7	2	1	1	1	0	0	0	0	381
090150195009	195	009	18	14	32	0	0	2	3	3	4	3	4	1	4	5	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	32
090150197005	197	005	355	311	666	11	47	57	55	44	60	70	78	62	47	32	24	13	17	16	19	6	2	6	0	0	0	666
090150197006	197	006	352	319	671	17	62	77	84	68	50	64	52	45	39	30	24	23	17	8	6	2	2	1	0	0	0	671
090150197007	197	007	252	212	464	14	44	42	37	38	44	43	38	31	35	17	21	21	14	11	6	6	2	0	0	0	0	464
090150197008	197	008	208	206	414	5	30	47	51	27	18	27	30	56	31	25	24	18	10	5	2	2	5	0	1	0	0	414
090150197009	197	009	116	140	256	3	15	26	26	22	14	13	28	22	19	17	8	2	7	3	1	2	2	1	0	0	0	256
090150197010	197	010	121	119	240	5	11	20	15	26	22	9	25	24	14	21	18	7	12	6	4	0	1	0	0	0	0	240
090150197011	197	011	145	168	313	7	30	34	19	24	21	18	39	32	33	19	12	7	6	3	8	0	0	1	0	0	0	313
090150197012	197	012	257	223	480	7	25	31	63	44	40	31	31	32	24	35	32	22	28	14	7	6	7	1	0	0	0	480
TOTAL			9.199	9.452	18.651	283	1.277	1.752	1.843	1.701	1.320	1.303	1.608	1.623	1.458	1.343	1.031	780	502	316	214	127	106	57	15	8	1	18.651

FUENTE: Censo de Población y Vivienda 2010  
INSTITUTO DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC)

Fuente: (INEC)

Fotografía 2: Poblacion exacta de los habitantes de la vía a la Costa

Las urbanización existentes desde el km 9.8 a km 22 son: Puerto Azul, Porto fino, Casa Club, Portal al Sol, Belohorizonte, Laguna club, Terranostra, Costalmar, Arcadia, Puerto Seymour, Vía al Sol, Sorrento, Valle Alto y Los Ángeles. Y en proceso de construcción se encuentra, Punta Esmeralda,

Europa, Porto Vita entre otras futuras. Según datos del Departamento de Estadística de los Desarrollos Urbanísticos de la Ciudad, del Municipio de Guayaquil.



Fuente: Betzabe Vernaza

Imagen 3: Puerto Azul una de la primera urbanización, en la Vía a la Costa

La delimitación de nuestra investigación es la urbanización Terranostra situada en kilómetro 13.5 del sector Noroeste, de la vía a la Costa. Y la etapa que será nuestro objeto de estudio es la etapa de Mallorca.

El departamento encargado del Municipio señaló, que el macrolote C Mallorca tiene un área por (m)<sup>2</sup> 19,324.32 con una población de 203 habitantes, fase VI que fue entregada el 8 de diciembre del 2006.

El INEC confirma que en el último censo realizado de Población y Vivienda 2010. La etapa Mallorca está conformada por 110 viviendas de las cuales su 99% de moradores ya viven allí, los cuales se clasifican en 137 hombres, 149 mujeres dando un valor total de 286 residentes.

Esta etapa será nuestro objeto de estudio para conocer el análisis del impacto del periodismo comunitario en las urbanizaciones del sector noreste, Vía a la Costa.



Fuente: Betzabe Vernaza

Fotografía 4: etapa Mallorca, de la urbanización Terranostra

### **1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

El problema de investigación para este proyecto se formulará en base la siguiente pregunta.

¿Cómo incide el periodismo comunitario en los habitantes de la urbanización Terranostra sector noreste, Vía a la Costa?

### **1.4. JUSTIFICACIÓN**

La finalidad que tiene este trabajo de investigación, es de aportar con los residentes de las urbanizaciones de la Vía a la Costa, ya que la ausencia de un medio alternativo de comunicación, ocasiona que estos desconozcan sobre las acciones o problemas que se realizan o afectan a su comunidad.

Este proyecto logrará beneficiar a los habitantes del sector noreste, proporcionando la organización y participación de sus pobladores para que conozcan lo que es una prensa comunitaria de su localidad.

El auge del sector de la construcción, ha hecho que se incremente el número de urbanizaciones cerradas en esta vía, por lo que la ciudad crezca horizontalmente, es por ello que cada vez existe mayor oferta de viviendas en los alrededores de la ciudad.

Se pretenderá incentivar a la comunidad del sector noroeste, de la Vía a la Costa a aprender, recocer y reflexionar sobre sus problemáticas, y sobre todo la necesidad de utilizar un medio alternativo. Esta tesis tiene la proyección de corresponder a prácticas o ejercicios que tiendan transformar positivamente el curso de la comunicación de los habitantes del sector.

Para los habitantes de esta urbanización, el mayor inconveniente que tiene es la incomunicación. La Dra. Jenny Boza asegura que solo conoce y se relaciona con sus vecinos de alrededor de su manzana “los otros que están junto a mi patio desconozco sus nombres, es complicado vivir en una población pequeña y no saber que personas habitan a mis alrededores”

Así mismo, es importante destacar la oportunidad y protagonismo que se le está dando a esta comunidad, serán objeto de análisis del impacto del periodismo comunitario en el sector noroeste, siendo modelo de ayuda para incentivar a otras comunas adyacentes; logrando así, romper los esquemas mediáticos existentes en la actualidad, y tener un medio propio donde al expresarse podrán mostrar los diferentes avances y logros obtenidos a través del poder popular organizado. Proporcionando la organización y participación de sus pobladores.

## **1.5. OBJETIVO**

### **1.5.1. OBJETIVO GENERAL**

Analizar la situación comunicacional de los habitantes de la Urbanización Terranostra en el sector noroeste, Vía a la Costa.

### **1.5.2. OBJETIVO ESPECÍFICOS**

- ◆ Determinar el nivel comunicativo entre los habitantes de la urbanización Terranostra, a través de una encuesta, para crear nuevas alternativas de información.
  
- ◆ Establecer necesidades específicas de comunicación comunitaria que permita mejorar la convivencia comunicacional.
  
- ◆ Implementar un medio alternativo que permita informar a los residentes de las urbanizaciones del sector noreste, de la Vía a la Costa.

## **CAPÍTULO 2**

### **2. MARCO TEÓRICO**

En el estado de arte se abordarán las teorías desde la perspectiva comunicativa, sociológica y legal. Se desarrollarán paso a paso los conceptos y definiciones que esclarecerán el proceso analítico, además de exponer en forma abreviada las evoluciones del periodismo comunitario a nivel mundial y en nuestro país

#### **2.1. FUNDAMENTACIONES TEÓRICAS DEL PROBLEMA**

##### **2.1.1. FUNDAMENTACIÓN COMUNICATIVA**

###### **2.1.1.1. HISTORIA DE LOS MEDIOS COMUNITARIOS A NIVEL MUNDIAL**

Los medios comunitarios, tienen su origen, exigencias y necesidades, de un agrupado pueblo, comunidad, barrio o recinto para detectar sus problemas o debilidades y reconocer y reforzar sus fortalezas, en beneficio de construir colectivamente las respuestas que les permitan mejorar su calidad de vida. Surgen alrededor de los años 60, a mediados del siglo XX, como una respuesta al capitalismo y su sistema de explotación y dominio.

La historia de este tipo de medios indica que el primero de ellos nació en 1940, la finalidad era la educación popular para la alfabetización, y fue Radio Sutatenza del país colombiano, la demuestra como pionera en los medios comunitarios, en la misma década surgieron en Bolivia las primeras radios

sindicales. Actualmente se estima que este tipo de medios tiene presencia en la menos 100 países.

La historia de la radio Sutanteza, en la ciudad de Bogotá, Colombia se origina porque el párroco Joaquín Salcedo tuvo la idea de utilizar la radio para educar a los campesinos y contribuir al desarrollo rural del pueblo de Sutanteza. En la actualidad muchos de los medios comunitarios están agrupados en redes mundiales, por lo que tienen el apoyo de resoluciones.

En agosto de 1947 un ciudadano llamado Salcedo, llegó a Sutatenza con un proyector para películas de 16mm; aproximadamente un mes más tarde llegó un artesanal y primitivo transmisor de radio que su hermano había construido. Sutatenza era una comunidad de 8.000 habitantes, muchos de los cuales vivían en granjas aisladas y dispersas arriba y abajo en las pendientes del valle, con frecuencia a muchas horas de ardua caminata desde el pueblo.

Salcedo, fue enviado a Sutatenza para ayudar al cura del pueblo. Por disposición del sacerdote Salcedo ayuda a dar una cita en la iglesia del pueblo que los domingos sus creyente corrían al sector, con un discurso conciliador Salcedo una vez en el púlpito expresó ante la congregación que no tenía intención de hacer un sermón sino más bien de abrir un diálogo sobre la manera de mejorar las condiciones de vida de la comunidad.

Así los más arriesgados de la congregación empezaron a hablar de los problemas. Salcedo propuso que con el concurso de todos construyeran a la formación de la radio que ayudaría mejorar los aspectos relacionados con la agricultura la venta y distribución de sus productos entre otros.

Con esto, el Párroco de la iglesia se hizo transmisor en la radio comunal que se formó el mismo año, dialogando de una manera directa los problemas comunitarios del pueblo de Sutanteza.



Fuente: Imágenes de Google

Fotografía 5: Sutanteza primera radio comunitaria

El contenido de la programación consistía en concienciar a los moradores. El proceso de comunicación consistía en utilizar las diferentes experiencias de los moradores en temas de agricultura, salud o educación, para socializarlos mediante productos radiales, que eran realizados por los propios pobladores, con el fin de aplicar lo aprendido en la correcta toma de decisiones comunitarias. Así se marcaron cuatro fases fundamentales: recepción, reflexión, decisión y acción colectiva, que, en un inicio, fueron asesoradas por profesionales.

Por otro lado La Asociación Nacional de Medios Comunitarios, Libres y Alternativos (ANMCLA) surge en junio de 2002 y la conforma el país venezolano, para dar respuestas colectivas a una gran diversidad de obstáculos que han comenzado a surgir en el seno del movimiento de medios

comunitarios venezolano. La escasez de recursos, la necesidad de fomentar más ampliamente la creación de medios en las comunidades, el ataque continuo por parte de los grandes medios comerciales, la posibilidad cada vez más cercana de librar una dura batalla por la democratización son sus principales objetivos

En este sentido, ANMCLA es hoy la consolidación de una instancia organizativa que fomenta, articula y defiende los diversos procesos de comunicación comunitaria, libre y alternativa que experimentan hoy un fuerte desarrollo. ANMCLA no es un gremio. Es un movimiento social revolucionario en el campo de las comunicaciones que integra ya a más de trescientos colectivos a lo largo y ancho de su geografía.

Los medios comunitarios han funcionado en Venezuela desde hace ya varios años; experiencias como Radio Convite, TV Michelena entre otras, comenzaron a caminar hace más de diez años; Radio Morrocoy, transformada luego en Radio Catia Libre 93.5 FM, sería la pionera de las radios en Caracas, funcionando desde el año 1995; Radio Alternativa, Radio Perola, Radio Activa de La Vega, lo harían seguidamente, y así otras muchas experiencias surgidas en los años 90 en todo el territorio nacional, fueron trazando el camino para el amplio crecimiento de los últimos años.

Sin embargo, la comunicación alternativa ha surgido siempre allí donde el movimiento popular organizado ha sentido la necesidad de expresarse: murales, periódicos, volantes, radios parlantes, cine clubes, forman parte de las formas que históricamente han adoptado las voces de los marginados, los oprimidos, los que día a día sueñan, luchan y transforman su realidad para lograr un mundo más libre e igualitario.



Fuente : Imágenes de Google

Fotografía 6: Comunicación alternativa. En Venezuela

La escuela Popular de Medios Comunitarios, se encuentra en Buenos Aires, Argentina este centro de estudio tiene como finalidad principal introducir a la comunicación comunitaria, dando cursos de Medios audiovisuales, radiales, o escritos todos de corte comunitarios.

Su creador es Mutual Homero Manzi, situación inicial que le dio origen a la creación de la Asociación fue la necesidad de promover los derechos económicos, políticos, sociales y culturales de la comunidad frente a un Estado que se hacía cada vez más argentino en el marco contextual de una profunda crisis de representación de las instituciones de su país.

Desde fines de la década del `90 y frente a nuevos paradigmas, esta centro fortalece su trabajo en red con otras organizaciones de la comunidad acrecentando y expandiendo sus programas en el territorio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires; profundiza su desarrollo en espacios de concertación y búsqueda de consensos con diferentes actores sociales sindicatos, partidos políticos, empresas, organismos de derechos humanos,

asociaciones de profesionales, organismos estatales, según datos proporcionados de la página de escuela popular.



Fuente: Imágenes de Google

Fotografía 7: logo de Escuela Popular de Argentina

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Culturización (UNESCO) hace años viene desarrollando políticas de promoción e invirtiendo recursos en el fortalecimiento de este sector en todo el mundo. Además, es una de las líneas estratégicas de su Programa Internacional para el Desarrollo de las Comunicaciones (PIDC) y desarrolla asesoría técnica y capacitación.

Actualmente en un Seminario organizado por UNESCO se recomendaba estudiar la situación actual de los medios de comunicación comunitarios con respecto a la legislación, frecuencias, limitaciones de potencia y restricciones publicitarias, con el objeto de formular recomendaciones para ser sometidas a la consideración de los gobiernos pertinentes.

### **2.1.1.2. HISTORIA DE LOS MEDIOS COMUNITARIOS EN ECUADOR**

Ecuador es uno de los países de Latinoamérica en los que paulatinamente ha ido creciendo el número de medios comunitarios, por lo que se ha presentado una ley que pretende “democratizar” el espectro radioeléctrico. Con ello se procura garantizar el espacio para el desarrollo de los medios comunitarios, ya que la ley obligaría a otorgar el 34% de las frecuencias radiofónicas a este tipo de medios de comunicación.

En el proyecto de ley orgánico el artículo 113 define que *“Las frecuencias del espectro radioeléctrico destinadas al funcionamiento de estaciones de radio y televisión de señal abierta se distribuirá equitativamente en tres partes, reservando el 33% de estas frecuencias para la operación de medios públicos, el 33% para la operación de medios privados, y 34% para la operación de medios comunitarios”*<sup>1</sup>

Para la periodista Liliana Saltos colaboradora de la radio Antena 3 el espectro radioeléctrico se lo utilizan en las señales de telefonía móvil, televisión, radio, etc. se emiten por ondas a unas determinadas frecuencias “la frecuencia digamos que es el número de ciclos, u ondas para entendernos, por segundo que se envían”. Dos señales evidentemente no pueden utilizar la misma frecuencia en la misma zona, por tanto hay que repartir estas frecuencias.

El espectro es lo que engloba todas estas frecuencias desde la más baja hasta la más alta que se pueda utilizar según el servicio que sea, la telefonía no utiliza las mismas frecuencias que la radio ni estas las mismas que la televisión

Últimamente, se dice que está saturado y es cierto porque cada vez hay más comunicaciones, canales de Tv, emisoras de radio, teléfonos móviles y el rango de frecuencias es limitado.

---

(1) Proyecto de ley de comunicación Orgánica, página 52 [www.asamblea.gob.ec](http://www.asamblea.gob.ec)

Radio Popular Educativa del Ecuador (CORAPE), es la única fundación que tiene como probabilidad el fortalecimiento de las radios educativas, populares y comunitarias del Ecuador, pues es la única organización que agrupa a emisoras y centros de producción directamente vinculados a procesos de desarrollo social a nivel nacional. Se creó jurídicamente el 4 de enero de 1.990

La CORAPE tiene como objetivo conseguir la participación ciudadana en el proceso de reconocimiento, validación, identificación con la cultura de sus pueblos, dar espacios a los que antes no lo tenían para que de esta forma se escuche la voz de todos y todas; así conseguir la democratización de la comunicación como eje central de sus actividades.

La intención de la CORAPE muchas veces es la única fuente de comunicación e información con la que cuentan las provincias y comunidades que se encuentran un tanto alejadas, geográficamente hablando, de la urbe, por tal motivo, no se constituyen solamente como canales de información, denuncia o entretenimiento, sino también de difusión de formas alternativas de resolver problemas, educación y comunicación desde la cotidianidad de las personas.

El trabajo diario de Radio Popular Educativa del Ecuador, está dirigido a grupos específicos de la población como: mujeres, niños, niñas, adolescentes, jóvenes, indígenas, campesinos, artesanos, barrios, cooperativas, asociaciones, por lo que los programas que se emiten se refieren a: género, equidad, cultura, identidad, salud, ecología, derechos humanos, es decir, aspectos que cubren las expectativas de las comunidades.

Gisela Dávila, secretaria ejecutiva de (CORAPE), explicó la situación de los tipos de medios de comunicación comunitaria que tiene el Ecuador, además de los beneficios que traen a la población.

Antiguamente no existía la CORAPE por ello antes de promover la existencia de los medios comunitarios se había defendido en derecho a la comunicación desde la parte comunitaria nace desde 1962, cuando se inició un proceso para que más indígenas tuvieran espacios de alfabetización y evangelización dentro de los medios de comunicación, por eso nacen las radios comunitarias que en ese entonces eran las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador



Fuente: imágenes de Google

Fotografía 8: Escuelas Radiofónicas Populares

La creación de la CORAPE se forma a la necesidad de defender a los medios comunitarios, de ayudarles a articularse mejor entre ellos, antes de eso otros grupos sociales luchaban por defender otro tipo de derechos como el del agua o acceso a tierras.

Las dificultades que tienen los medios comunitarios son de luchar por sus beneficios comunes, los medios comunitarios no han sido reconocidos no han sido valorados en la dimensión que tienen, siempre han sido subestimados por los medios tradicionales, siempre nos han hecho creer que los medios comunitarios son chiquitos, pobres y de mala calidad, eso no es así y lo estamos demostrando. Además, anteriormente se establecían algunas restricciones de potencia y cobertura, solo podríamos abarcar comunidades pequeñas. Menciona Dávila.

Actualmente, en la CORAPE hay afiliadas 34 radios, éstas fueron creadas como comercial privadas pero funcionan como comunitarias, siendo únicamente tres los medios ecuatorianos que han sido fundados como comunitarios, por lo que esperan que de aprobarse la Ley surjan más medios de comunicación sin fines de lucro y de beneficio para la población.

El Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina – CIESPAL aportó para el surgimiento y fortalecimiento de los primeros medios comunitarios en el Ecuador y, en conjunto con miembros de Radio Latacunga y con financiamiento de la Organización de Estados Americanos (OEA), planteó en 1983 “el proyecto de formación de comunicadores populares, que luego se llamó de Cabinas Radiofónicas de Cotopaxi.

### **2.1.1.3. TIPOS DE MEDIOS COMUNICACIÓN EN ECUADOR**

Desde la perspectiva comunicativa y legal es importante considerar los tipos de medios, especialmente los de carácter comunitario. A continuación se cita la normativa jurídica.

*Según Art. 73 del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación, se establece que los medios de comunicación social son de tres tipos<sup>2</sup>*

- ✦ *públicos*
- ✦ *privados*
- ✦ *comunitarios*

En el código 74 se refiere a las responsabilidades en general que tiene los tres tipos de medios de comunicación.

---

(2) Proyecto de ley de comunicación Orgánica, pagina 26 [www.asamblea.gob.ec](http://www.asamblea.gob.ec)

➤ Responsabilidades comunes:

- ◆ *La comunicación social que se realiza a través de los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios es un servicio público que deberá ser prestado con responsabilidad y calidad, respetando la Constitución y los instrumentos internacionales, y contribuyendo al buen vivir de las personas.<sup>3</sup>*

En el mismo artículo marca las características generales que tienen que poseer para el desarrollo o responsabilidades comunes en el progreso de su gestión

- ◆ *Respetar los derechos humanos y promover su plena aplicabilidad;*
- ◆ *Desarrollar el sentido crítico de los ciudadanos y promover su participación en los asuntos de interés general;*
- ◆ *Acatar y promover la obediencia a la Constitución, a las leyes y a las decisiones legítimas de las autoridades públicas;*
- ◆ *Promover espacios de encuentro y diálogo para la resolución de conflictos de interés colectivo;*
- ◆ *Contribuir al mantenimiento de la paz y de la seguridad*
- ◆ *Servir de canal para denunciar el abuso o uso legítimo que los funcionarios estatales o personas particulares hagan de los poderes públicos y privados*

---

(3) Proyecto de ley de comunicación Orgánica, pagina 31 [www.asamblea.gob.ec](http://www.asamblea.gob.ec)

- ◆ *Promover el diálogo intercultural y las nociones de unidad y de igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales;*
- ◆ *Promover la integración política, económica y cultural de los ciudadanos, pueblos y colectivos humanos<sup>4</sup>*

### **2.1.1.3.1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICOS**

Los medios públicos de comunicación social son personas jurídicas de derecho público sus principales características son:

- ◆ *Se crearán a través de decreto, ordenanza o resolución según corresponda a la naturaleza de la entidad pública que la crea.*
- ◆ *Se garantizará su autonomía editorial y su independencia del poder político.*
- ◆ *La estructura de los medios públicos de alcance nacional se atenderá a lo establecido en esta ley; y la estructura, composición y atribuciones de los órganos de dirección y administración de los demás medios públicos se establecerán en el instrumento jurídico de su creación.*
- ◆ *También se pueden crear medios públicos bajo la figura de empresas públicas, en estos casos su estructura y funcionamiento se sujetarán a lo previsto en la Ley Orgánica de Empresas Públicas.*

---

(4) Proyecto de ley de comunicación Orgánica, pagina 28 y 29 [www.asamblea.gob.ec](http://www.asamblea.gob.ec)

### **2.1.1.3.2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN PRIVADOS**

Los medios de comunicación privados son personas jurídicas de derecho privado con o sin finalidad de lucro, cuyo objeto es la prestación de servicios públicos de comunicación con responsabilidad social.

*Estos medios no podrán ser sometidos a limitaciones de definición y distribución de contenidos, de cobertura geográfica ni a controles especiales o cualquier otra forma de discriminación que les impida operar en igualdad de condiciones que los demás medios de comunicación.<sup>5</sup>*

### **2.1.1.3.3. MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIOS**

Los medios de comunicación comunitarios son aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades, colectivos u organizaciones sin fines de lucro. No tienen fines de lucro y su rentabilidad es social.

*Los medios de comunicación comunitarios no podrán ser sometidos a limitaciones de definición y distribución de contenidos, de cobertura geográfica, ni a controles especiales o cualquier otra forma de discriminación que les impida operar en igualdad de condiciones que los demás medios de comunicación<sup>6</sup>*

---

(5) Proyecto de ley de comunicación Orgánica, pagina 31 [www.asamblea.gob.ec](http://www.asamblea.gob.ec)

(6) Proyecto de ley de comunicación Orgánica, pagina 31 [www.asamblea.gob.ec](http://www.asamblea.gob.ec)

Existen diferentes tipos de medios comunitarios el más sobresaliente es la radio ya que fue una de las primeras que se creó, la prensa escrita tiene gran acogida por los pueblos, especialmente indígenas que la utilizan para tratar problemas de su comunidad, las cuales hay que resaltar que hay pocas debido al costo que este atrae.

La televisión comunitaria que no es tan popularizada. Pero en la actualidad sí hay espacio en televisión nacional que aborden programas especialmente para la comunidad por ejemplo: En carne Propia transmitido por canal Uno, programa que describe hechos especialmente comunitarios, conflictos entre vecinos, parques en mal estado, la escasez de agua en zonas marginadas, y denuncia directa del pueblo guayaquileño a los políticos del país

Para el periodista y reportero del programa mencionado Víctor Bravo Cruz, el periodismo comunitario es, el dar conocer lo que pasa en un cierto sector de una población por ejemplo: si en un barrio no limpian los parques, de pronto eso no les interesa a todos los individuos pero sí a los que viven cerca de ahí ellos son los que palpan la realidad de lo que pasa.

Señaló que, este tipo de periodismo se lo realiza a nivel mundial, pero solo se enfoca con lo que sucede en cierta comunidad o sector.

Otro programa que enfoca problemas comunitarios es Sorprendente, transmitido por RTS y trata de los mismos conflictos e intereses de barrios, contando también historia o leyendas de pueblos.

#### **2.1.1.4. ¿QUÉ ES EL PERIODISMO COMUNITARIO?**

El periodismo comunitario es el de dar y recibir información, entre uno o varios miembros de la misma comunidad; este surge debido a las necesidades que sus habitantes tienen al no estar informados de los problemas de su sector, y de forma inmediata ya que los medios tradicionales aprecian el comercio y rentabilidad de sus ejemplares.

Lo contrario del medio comunitario que es creado por el interés y la igualdad de un barrio, dejando a un lado la rentabilidad que este les proporcione, el periodismo comunitario abarca problemas, hechos noticiosos y demás intereses especialmente de la comunidad implicada en el medio, se puede hacer radio comunitaria, prensa comunitaria en hasta televisión comunitaria.

Para el Máster y Libretista de Ecuavisa Periodista Jorge Lozada el periodismo comunitario tiene varios significados:

- ♦ El periodismo comunitario es el que se enfoca, se desarrolla o se realiza principalmente en una comunidad determinada (puede ser definida de forma racial geográfica, por actividad, por edad, etc)
  
- ♦ Si lo vemos desde el punto de vista “tradicional”, el periodismo comunitario es el que se encarga (básicamente) de denunciar, informar o solucionar los problemas de una comunidad (se entiende principalmente los problemas de servicios básicos, seguridad, vialidad, educación, etc. De la zona norte, sur, este, oeste o centro de Guayaquil, Durán, Quito, etc.)

- ◆ El periodismo comunitario se conoce también a la forma “ciudadana” de hacer periodismo (o sea, que en lugar de que los medios “informan a la comunidad”, son los miembros de la comunidad (vecinos, asociaciones, grupos, etc.) quienes realizan la labor de recabar, ordenar y difundir la información (sobre todo en periódicos o radios comunitarios).
- ◆ Gracias a la masificación de internet y de los llamados medios alternativos, el periodismo comunitario también sería el que se desarrolla o se concentra en éste tipo de “comunidad” (la virtual), así tenemos reportes de medios vía Twitter, Facebook.

Unas de las principales características de estos medios son:

- ✓ Su conformación son los habitantes de la misma comunidad.
- ✓ No tienen fines de lucro, solo del bienestar del grupo.
- ✓ Su función es del bien ciudadano
- ✓ No existe algún beneficio propio o común de los integrantes del medio.
- ✓ Su estructura no es jerárquicas en la toma de decisiones.
- ✓ Su principal objetivo es transformar los procesos sociales y hablar lo que otros medios no hablan.

*“Y la vida humana no se desarrolla sólo en los campos de batalla y en los gabinetes presidenciales. También se desarrolla en las chacras, entre plantas y gallinas en las casas de juego, en los prostíbulos, en los colegios, en las fábricas, en los romances de esquina.*

*De eso quise hacer mi poesía. De esa materia humilde y humillada, De esa vida oscura y oprimida, porque el canto no puede ser una traición a la vida, y sólo es justo cantar si nuestro canto arrastra consigo las personas y las cosas que no tienen voz.”<sup>7</sup>*

Después de leer esto, se puede apreciar que hay más personas con intereses comunes, que los medios tradicionales escasa veces publican temas de la cita mencionada, aquí Ferreira cuanta las vivencia de la comunidades los principales temas e intereses comunes que tiene su vecinos.

#### **2.1.1.5. PERIODISMO COMUNITARIO EN GUAYAQUIL**

Dentro de la ciudad de Guayaquil existen medios escritos comunitarios que informan exclusivamente problemas de su comunidad como son el Viva Alborada, Viva Samborondón sus característica son de forma impresa, se publica semanalmente noticia y problemas del sector los temas que abordan estos medios comunitarios son: la vida en los colegios, eventos sociales, sitios donde visitar los fines de semana y también se suman las tendencias y diversiones. El Viva Samborondón es un medio comunitario impulsado por el periódico El Universo y su circulación es gratuita.

---

(7) Freira, m. poeta dramaturgo y escritor, sao pablo Brasil , periodismo independiente página 15



Fuente: galería diario El Universo

Fotografía 9: portada del periódico Viva Samborondón

Viva Guayaquil (Urdesa, Kennedy y Ceibos); circula de forma gratuita cada jueves en las ciudadelas Urdesa, Kennedy y Los Ceibos, con datos y temas que involucran directamente a los vecinos.

Este es un medio especializado en problemas de estas comunidades, circula una vez a la semana, su distribución se lo hacen en gasolinera, farmacias, colegios paradas principales de semáforos de su comunidad respectivamente.

Su publicidad la hace el diario Universo dentro de su página web y también se puede observar a personas contratadas por el medio flameando una bandera con colores y leyenda del diario Viva en las calles principales de la zona.

Los canales de televisión nacional también tienen un corto espacio para informar problemas y novedades de la comunidad Ecuavisa transmite el programa "Periodismo en la Comunidad" informando a la comunidad especialmente Guayaquil problemas de escasas de agua, falta de alumbrado público entre otras.



Fuente: Pagina de RIS

Fotografía 10. Periodista que hacen televisión comunitaria

Con el eslogan “Pensando en su fiel audiencia se ha creado un espacio en el que las personas son escuchadas” en el que podrán presentar sus denuncias en vivo. Conducido por Hugo Gavilánez, Carla Sala, Mauricio Ayora y Luisa Delgadillo

Estos periodistas son los encargados de transmitir los reclamos y hechos de la comunidad guayaquileña.

Otro canal que también cuenta con un espacio para la comunidad es Tele amazonas con su programa llamado “Noticia en la Comunidad” así mismo lo tiene canal uno, y Gama Tv este último cuenta con un espacio en la web donde los usuarios pueden dejar sus denuncias y ellos las transiten en vivo en el programa.

### **2.1.1.6. PERIODISMO COMUNITARIO EN MI ENTORNO**

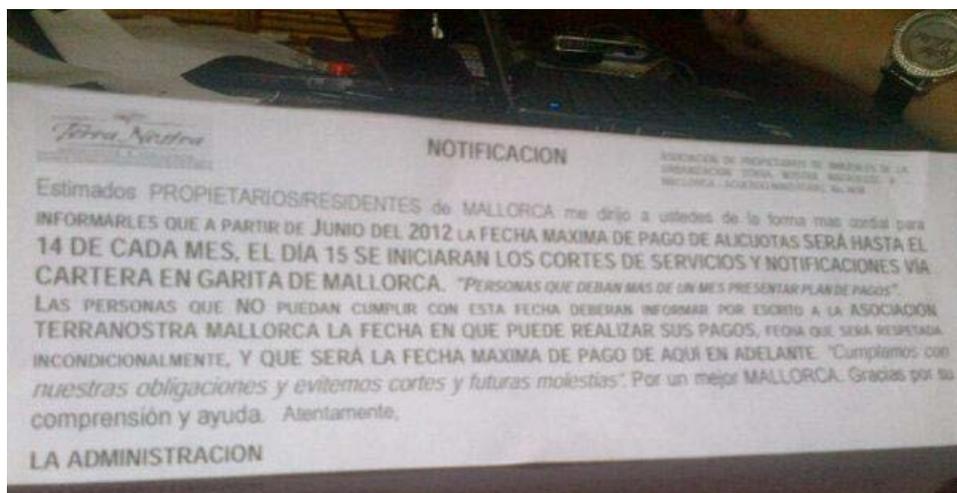
Al inicio de la creación del tema de tesis **“ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL PERIODISMO COMUNITARIO EN LAS URBANIZACIONES DEL SECTOR NOROESTE, VÍA A LA COSTA”** se pudo investigar que no existe un medio comunitario que pueda informar los problemas del sector.

Dentro del análisis se puede decir que la urbanización Puerto Azul, es la única que posee un espacio en la web dentro de las urbanizaciones de la vía a la costa, su espacio es determinado ya que no cuenta con actualización diaria, su información es básicamente de la población de sus habitantes, reglamentos internos, e información de sus comitativas sitio que fue creado en el 2008.

Otra de las urbanizaciones que tuvo el interés de difundir información a sus habitantes fue la de Terranostra etapa Mallorca el Presidente de la comitiva, Ing. Jimmy Alvarado, envió a los correos de los residentes en una versión de PDF, las normas del buen vivir dentro de un macrolote cerrados, informe financiero y estatutos.

Una noche se pudo tomar en cuenta que en mi residencia Terranostra, la falta de un medio de comunicación alternativo es evidente el presidente de la asociación comunica a la comunidad que tienen que pagar las alcuotas hasta los 15 de cada mes, de lo contrario los servicios de guardianía e ingresos con tarjetas inteligentes serán suspendidas.

Los guardias del sector son los encargado de dejar el comunicado debajo de las puertas de cada uno de los habitantes de la etapa Mallorca, por medio de un papel impreso a blanco y negro los pobladores se entera de la noticias.



Fuente: Las autoras

Fotografía 11 comunicados a los habitantes de Terranostra

## **2.1.2. FUNDAMENTACIÓN SOCIOLÓGICA**

### **2.1.2.1. HISTORIA DEL PERIODISMO COMUNITARIO EN LA SOCIEDAD**

El periodismo Comunitario tradicionalmente se ha asociado a los medios comunitarios. Su valor está explícito en organizaciones, experiencias barriales, foros congresos, contenidos de cursos, etc, en todo Latinoamérica. No existe ni como disciplina, ni como especialización, no hay una legislación que la promueva, aparentemente es una simple invención para hablar de lo comunitario cuando hay algún periodista incluido.

El periodismo está considerado como el cuarto poder del estado, El periodista tiene la función de mantener siempre informado a gran número de personas, a través de medios de información como lo es el periódico, Internet, televisión etc. gracias a sus contenidos informativos podemos estar

actualizados de los diferentes acontecimientos que ocurren dentro del estado, comunidad y País.

El periodismo es el medio que está destinado a informar a la población día a día los hechos que sucede donde el periodista juega un papel importante porque debe informar y opinar lo que ocurre en la sociedad, de ahí que deba caracterizarse por ser imparcial, pues así debe mostrar la existencia de algo que merece ser conocido por su significado y no porque su difusión beneficie a un grupo o sector de la sociedad en efecto el periodismo ayuda a la gente a estar enterada de lo más sobresaliente en el mundo que nos rodea.

A diario surgen diferentes noticias relacionado al interés público y social toda información es útil pero muchas veces el público suele leer o mostrarse interesados por simple curiosidad, los periodistas junto con los diferentes medios de comunicación no dejan de trabajar porque tiene como objetivo que para ellos no hay nada más importante que mantener informada a la sociedad porque todos los días y a cada momento hay información que transmitir al mundo entero y sobre todo de mucho interés social

El periodismo comunitario surge a raíz del diálogo y la conversación. La conversación, es el mecanismo que transforma los roles tradicionales del periodismo y crea una ética dinámica e igualitaria de dar y recibir. Y justamente, este dar y recibir, es la más importante oposición entre esta rama y la tradicional. Es decir, que la discrepancia estaría en su estructura y organización. Pues los medios son creados por identidades jerárquicas, construidas para el comercio.

Los medios de comunicación comunitarios son una asociación sin ánimo de lucro ya que la gestión de estos medios de comunicación se realiza de forma participativa sin estructuras jerárquicas en la toma de decisiones teniendo como prioridad profundizar y transformar los procesos sociales.

El término periodismo comunitario se comenzó a popularizar gracias a Internet a finales de los 90 y principios de los 2000, el inicio de este tipo de periodismo está ligado con el de los medios de comunicación comunitarios, que son aquellos que pertenecen a una asociación sin ánimo de lucro (no hay reparto de beneficios), que gestiona y dirige el proyecto, que no realizan proselitismo religioso ni partidista, y cuyos objetivos son profundizar en la democracia con más participación ciudadana, dar voz a quienes no la tienen, y hablar de lo que no se habla en los medios.

También se denomina periodismo 3.0. Término que surge debido sobre todo al uso generalizado de los blogs y bitácoras en Internet en los últimos años, con los que los ciudadanos exponen su visión de diversos asuntos sociales, culturales, políticos, económicos, locales, deportivos, etc.

Además, muchos medios digitales, algunos de los cuales tienen edición escrita (especialmente los llamados medios gratuitos) fomentan la participación ciudadana a través de espacios alojados en sus páginas web para que den su visión de diversos acontecimientos

Hay dos libros importantes sobre la materia. El primero es de Nicholas Negroponte, "Being digital", de 1995. Negroponte hace un análisis de lo que implica la digitalización. Hace un planteamiento de futuro, de cómo van las cosas y de cómo la digitalización puede afectar a la economía, el ocio, el periodismo etc.

La conclusión de Nicholas Negroponte es que en el futuro, las noticias online permitirán que los ciudadanos puedan escoger los temas que les interesen y donde encontrarlos siendo ellos quienes jerarquizen su orden de importancia a la hora de informarse. La idea es que cada individuo pueda decidir sobre que informarse y donde o a través de qué fuente quiere ser informado.

Nicholas utiliza la expresión “Daily me”, que significa mi diario. La utiliza para explicar que en el futuro que nos depara la sociedad de la información los ciudadanos podrán ser y formar parte de la sociedad digital a través de los blogs, sus propios diarios. De ahí, se deduce que dentro de algún tiempo un ciudadano podrá estar informado sobre la realidad que le circunda sin necesidad de recurrir a los medios de comunicación tradicionales que por lo general se caracterizan por llevar a cabo un sesgo informativo mercantilista.

Otro libro conocido es el de Dan Gillmor, “We the media”. En él, se hace referencia a las raíces del periodismo, el cual, es del pueblo y para el pueblo. Dan, dice que los medios tradicionales han dejado de tener la exclusividad sobre la información y defiende la importancia de los ciudadanos.

Además, también dice que los periodistas han de reflexionar sobre lo que está pasando y si su trabajo es realmente necesario tal cual lo llevan a cabo.

Según Dan Gillmor, la sociedad estadounidense se dio cuenta de la importancia de los Blogs. Ese día todas las páginas Web de los medios de comunicación tradicionales se colapsaron. De esta manera, gente del mundo entero empezó a obtener información a través de otras vías.

Mucha gente utilizó el Blog para narrar los acontecimientos de los cuales estaban siendo testigos. Mucha gente que vivía en los alrededores quería hacer saber a sus familiares que se encontraban bien. Y a través de los Blogs se comunicaban explicaban la situación de lo que estaba ocurriendo, publicaban fotos de lo sucedido, y, aunque no de una forma ortodoxa, con lo que la teoría periodística dicta, informaron al mundo de lo que allí estaba sucediendo a la manera de un reportaje en primera persona.

Así mismo el periodismo en la sociedad se populariza debido a la migración de ecuatoriano tomando como destino de preferencia los países de España e Italia esta dio como consecuencia la apertura de cyber café en estos países y en las ciudades de Ecuador.

*El incremento masivo de los ecuatorianos que salieron del país, se puede señalar algunas características nuevas como la feminización de la migración, el mayor nivel educativo de los migrantes, un incremento y en el envío de remesa*  
8

Los cyber café son emprendimientos comercial en donde los usuarios pueden tener acceso a Internet por medio de un pago generalmente (entre 0.50 a 1.00 USD la hora) estos cyber conocidos en España como locutorio, ayudo a los migrantes a estar comunicados con su familias.

*El 2001 fue el año de mayor salida de ecuatorianos al exterior (148.607) migrantes según datos de la Dirección Nacional de Migración). Esto influyo para que se incremente el número de cyber caber en el 2002 con esto surgió 387 nuevos establecimientos que representa el 33% del total de cyber café registrado en Ecuador hasta el 2005.<sup>9</sup>*

### **2.1.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

Posteriormente en el Art. 91 de la mencionada Ley se define que,

---

(8) Proyecto de ley de comunicación Orgánica, pagina 26 [www.asamblea.gob.ec](http://www.asamblea.gob.ec)

(9) Jaques P, Los usos de Internet comunicación y sociedad, Flasco Ecuador (2007)

*“Los medios de comunicación comunitarios son aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades, colectivos u organizaciones sin fines de lucro. No tienen fines de lucro y su rentabilidad es social”*

*“Los medios de comunicación comunitarios no podrán ser sometidos a limitaciones de definición y distribución de contenidos, de cobertura geográfica, ni a controles especiales o cualquier otra forma de discriminación que les impida operar en igualdad de condiciones que los demás medios de comunicación”*

Lo expuesto en el marco jurídico, respecto a los medios de comunicación comunitaria, refleja la necesidad de la colectividad para comunicarse de una manera responsable, creativa y práctica. Desde este punto de vista se ha planteado el título del proyecto de investigación: **Análisis del impacto del periodismo comunitario en las urbanizaciones del sector noreste, vía a la costa.**

#### **Art. 92.- Acción afirmativa.-**

- ◆ El Estado implementará las políticas públicas que sean necesarias para la creación y el fortalecimiento de los medios de comunicación comunitarios como un mecanismo para promover la pluralidad, diversidad, interculturalidad y plurinacionalidad; tales como: crédito preferente para la conformación de medios comunitarios y la compra de equipos; exenciones de impuestos para la importación de equipos para el funcionamiento de medios impresos, de estaciones de radio y televisión comunitarias; acceso a capacitación para la gestión comunicativa, administrativa y técnica de los medios comunitarios.

- ◆ La formulación de estas medidas de acción afirmativa en políticas públicas son responsabilidad del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación y su implementación estará a cargo de las entidades públicas que tengan competencias específicas en cada caso concreto.
- ◆ El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación elaborará un informe anual acerca de las medidas de política pública adoptadas por el Estado, destinadas a la conformación o consolidación de los medios comunitarios; informe que será obligatoriamente publicado esta en su página web.
- ◆ Las utilidades que obtengan los medios de comunicación comunitarios en su gestión se reinvertirán con prioridad en el mejoramiento del propio medio, y posteriormente en los proyectos sociales de las comunidades y organizaciones a las que pertenecen.
  
- ◆ A través de los mecanismos de contratación preferente a favor de la economía solidaria, previstos en la Ley de Contratación Pública, las entidades estatales en sus diversos niveles contratarán en los medios comunitarios servicios de publicidad, diseño y otros, que impliquen la difusión de contenidos educativos y culturales. Las entidades públicas podrán generar fondos concursales para la difusión cultural y educativa a través de los medios comunitarios.

### **2.1.3.1. CÓDIGO DE ÉTICA DEL PERIODISTA EN EL ECUADOR**

Una de las necesidades vitales que tienen los ecuatorianos es expresarse libremente, es un deber de los periodistas y una necesidad de los pueblos, sociedades y demás personas en general.

La libertad de expresión es claramente la libertad de querer expresar información, de expresar opiniones, de expresar hechos, de expresar noticias, de expresar sucesos o cualquier otro acontecimiento de interés común. Este deber de expresar le corresponde al periodista profesional para informar a la comunidad siendo veraz y objetivo.

El periodista profesional está obligado a ser leal y constante con los principios y las aspiraciones de su pueblo, de su comunidad y de su familia. El asume su responsabilidad y de ratificar cual hecho o suceso que afecte la integridad moral de las personas.

La Federación Nacional de Periodistas del Ecuador dicta el siguiente CODIGO DE ETICA PROFESIONAL para normar la conducta profesional de los periodistas ecuatorianos:

En el capítulo I de los mencionados códigos se refieren a la intervención de periodista en la comunidad a continuación citamos algunos de los códigos sobresalientes para nuestro tema de análisis.

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

Artículo 3.- El periodista está obligado a promover el desarrollo integral del país, la educación, la ciencia, la cultura y a luchar por la liberación del hombre y los pueblos. A su vez el siguiente artículo se describe así,

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

Artículo 5.- El periodista no debe utilizar su profesión para denigrar o humillar la dignidad humana.

Artículo 6.- El periodista está obligado a respetar la convivencia humana. Le está prohibido preconizar la lucha racial o religiosa. Defenderá la supervivencia de los grupos étnicos y sus derechos a la integración y al desarrollo del país.

Artículo 7.- El periodista está obligado a defender el derecho y el ejercicio de la libertad de expresión de todos los sectores de la comunidad, especialmente de los marginados de la comunicación social.

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

Artículo 9.- El periodista debe oponerse y denunciar las campañas promocionales y publicitarias que atenten contra los valores humanos y sociales de la comunidad.

Artículo 10.- El periodista tiene la obligación de utilizar correctamente los idiomas oficiales.

Mientras que el capítulo IV EL PERIODISTA Y EL EJERCICIO PROFESIONAL, citamos los siguientes artículos.

Artículo 24.- El periodista guardará estricto secreto en el ejercicio de su profesión respecto de las fuentes de información.

Artículo 25.- El periodista debe verificar sus informaciones y recurrir a fuentes que garanticen una información veraz.

Artículo 26.- Le está prohibido al periodista recibir bienes o valores destinados a interferir o tergiversar su labor informativa y de opinión.

Artículo 27.- Le está prohibido al periodista utilizar prácticas desleales para desplazar a un colega y ocupar su puesto.

Artículo 28.- Al periodista le está prohibido aceptar remuneraciones inferiores al mínimo establecido por la ley.

Artículo 29.- El periodista denunciará ante la FENAPE las presiones que las fuentes ejerzan sobre el patrono para removerlo injustificadamente o impedir el ejercicio de su profesión.

Artículo 30.- Le está prohibido al periodista comunicar de mala fe informaciones que atenten contra la dignidad, el honor o prestigio de personas, instituciones y agrupaciones.

Artículo 31.- El periodista está obligado a rectificar las informaciones probadas como falsas. Los rumores y las noticias no confirmadas deben identificarse y tratarse como tales.

Artículo 32.- Al periodista le está prohibido utilizar como suyo material informativo en cuya elaboración no haya participado, no prestar su nombre para amparar publicaciones o programas donde no tenga participación efectiva.

Artículo 33.- El periodista debe informar a su Colegio Provincial casos de ejercicio ilegal de la profesión, a fin de que el Colegio denuncie el incumplimiento de la ley a las autoridades correspondientes.

Artículo 34.- Los periodistas que tienen funciones directivas no pueden ejercer acciones que perjudiquen a sus colegas subordinados por discrepancias políticas, ideológicas, religiosas, enemistad personal o consignas empresariales injustificadas.

Artículo 35.- Al periodista le está prohibido usar el anonimato, las publicaciones apócrifas y la divulgación de rumores falsos o tendenciosos.

El capítulo V de esta misma ley está relacionado con el PERIODISTA Y LA EMPRESA los cuales dicen:

Artículo 36.- El periodista está obligado a velar porque se cumplan las disposiciones de la legislación laboral.

Artículo 37.- El periodista exigirá a la empresa respeto para sus creencias políticas, ideológicas y religiosas.

Artículo 38.- El periodista exigirá a la empresa respeto a su producción, cuyo sentido no podrá ser cambiado sin su consentimiento.

Artículo 39.- El periodista debe asumir conjuntamente con la empresa la responsabilidad de toda información elaborada por él y difundida sin que ésta haya sufrido alteración ajena a su voluntad.

Artículo 40.- El periodista debe propender a que se le reconozca el derecho a intervenir en la elaboración y ejecución de la política editorial e informativa del medio en que trabaja.

Artículo 41.- El periodista debe exigir en sus relaciones con la empresa un tratamiento ajustado a su dignidad y al valor e importancia que tiene su profesión en la sociedad.

## **2.2 HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **2.2.1 HIPÓTESIS GENERAL**

Si se implementa el periódico comunitario para la Vía a la Costa, sus habitantes estarán mejor informados de los hechos que afectan directamente a su comunidad

### **2.2.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS**

- ✓ Si se produce este medio, los habitantes de la Vía a la Costa estarán actualizados en todos los acontecimientos suscitados en su entorno

- ✓ Si los habitantes contribuyen en la participación del medio, mayor población informada.
- ✓ Con la utilización de una página interactiva se logrará la atención de los habitantes de la comunidad de Vía a la Costa.

### 2.2.3 VARIABLES

La difusión de un periódico online mejorará la cultura de la información comunitaria.

VARIABLES	
INDEPENDIENTE	DEPENDIENTE
DIFUSIÓN DE PERIÓDICO ONLINE	MEJORAMIENTO DE LA CULTURA COMUNITARIA

### 2.3 Definiciones Conceptuales

**Adyacentes.-** Que está muy próximo o unido a una cosa

**Anonimato.-** Es una cosa sin reconocimiento que se quita o descarta de algún sitio o plano por tener poca sujeción científica o del tema del que se revela

**Cyberspace.-** O ciberespacio se la domina al conjunto de redes electrónicas, como lugar de tránsito, hallazgos y encuentros

**Gregarias.-** Que sigue una tendencia a agruparse en el caso de las personas, o también que el ser necesita de un grupo para poder sentirse bien.

**Enmendadores.-** Acción y efecto de enmendar defectos.

**Etimología.-** se origina en la palabra griega (paradigma) que a su vez se divide en dos vocablos ,junto y déigma modelo.

**FERAPE.-** Federación Nacional de Periodista

**Frame.-** en inglés, a un fotograma o cuadro, una imagen particular dentro de una sucesión de imágenes que componen una animación.

**Hits.-** Es aquella red de comunicaciones en la que todos los clientes están conectados a un servidor, en el que se centralizan los diversos recursos y aplicaciones con que se cuenta; y que los pone a disposición de los clientes cada vez que estos son solicitados.

**Macrolote.-** Vivienda que ya existe

**Online.-** Es una palabra inglesa que significa “en línea”. El concepto se utiliza en el ámbito de la informática para nombrar a algo que está conectado o a alguien que está haciendo uso de una red (generalmente, Internet)

**Periodismo.-** El periodismo es una actividad que consiste en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información relativa a la actualidad.

**Paradigma.-** significa ejemplo o modelo

**Tips.-** En español tipo que se refiere a categorizar elementos

**Rotulo.-** mensaje o texto que se pone en un lugar público y que sirve para dar aviso o noticia de una cosa.

**Simétrico.-** se aplica al número inverso o de otro respecto a una operación dada

**Sociedad.-** La Sociedad es el conjunto de individuos que comparten una cultura, y que se relacionan juntas de la mano con la productividad nacional.

**Urbe.-** entienda urbana con alta densidad de población en la que predomina la industria y los servicios

## **CAPÍTULO 3**

### **3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

El método, constituye el camino que el investigador sigue para encontrar verdades científicas. En esta investigación se puede interpretar como método prácticamente a todo el accionar que se aplicará para conseguir de las fuentes de información todos los datos requeridos, con la finalidad de cumplir con los objetivos propuestos.

#### **3.1 PARADIGMA CUALICUANTITATIVO**

Según la finalidad de esta investigación, el paradigma será cualicuantitativo. Cualitativo por la información aportada a través de criterios emitidos por profesionales mediante la técnica de la entrevista; a nivel cuantitativo, está dado mediante el procesamiento de datos recopilados, aplicando el instrumento de la encuesta.

#### **3.2 TIPO DE ESTUDIO**

El tipo se enmarca en una investigación documental y de campo.

Al respecto hay que tener presente los criterios de categorización como por ejemplo:

- ♦ Estudio sobre las características de vida de residentes en el sector noroestes, Vía a la Costa.

- ♦ La influencia de los medios comunitarios en el sector de la Vía a la Costa.
  
- ♦ Las actitudes, comportamientos y costumbre de los residentes de Terranostra, situado en la Vía a la Costa.
  
- ♦ La influencia de información sobre el nivel comunicacional de los habitantes de Terranostra.

### **3.3 MÉTODOS**

#### **3.3.1 MÉTODO PROBABILÍSTICO POR CONGLOMERADO**

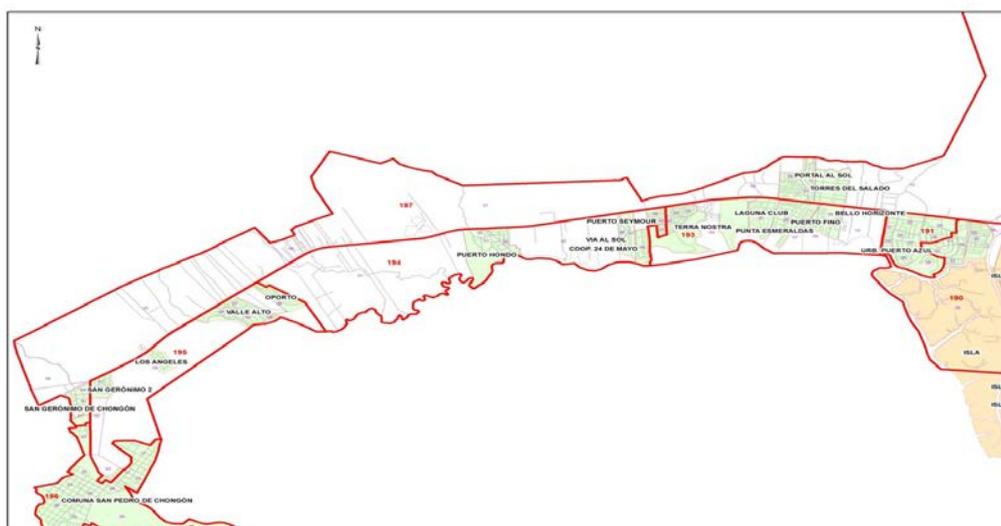
Se aplicará el Método probabilístico conglomerado por lo que la muestra será de una agrupación nativa de la urbanización Terranostra, está circunscrita en el sector Oeste de la vía a la costa y se refiere a una estratificación que implica la determinación del procedimiento

- a.- Solicitar el mapa de la zona al Instituto Nacional de Censo y Estadística (INEC)
  
- b.- Seleccionar los macrolote o etapas de la urbanización Terranostra para aplicar la técnica de la encuesta.
  
- c.- Dividir la sub área de macrolote de Mallorca e Ibiza para establecer unos 203 sujetos como parte de la muestra.

d.- Seleccionar al azar la muestra de las sub aéreas dividías.

El método probabilístico que se basa en el principio de probabilidad o procesos al azar. Parte del criterio de que todos y cada uno de los elementos de la población tienen la misma probabilidad de formar parte de la muestra

- ◆ Por medio de una visita al Instituto Nacional de Censo y Estadística (INEC) nos dio el cuadro del sector a continuación se detalla gráficamente las urbanizaciones del sector noreste, de la Vía a la Costa



Fuente INEC

Fotografía 12. Mapa de ubicación de las diferentes urbanizaciones de la Vía a la Costa

- ◆ Esta gráfica muestra los nombres de macrolote de la urbanización Terranostra.



Fuente: Betzabe Vernaza

Fotografía 13: diferentes etapas de Terranostra

- ◆ Se elegirá al azar las personas encuesta de la urbanización Terranostra seleccionado las etapas Mallorca e Ibiza para la muestra



Fuente Betzabe Vernaza

Fotografía 14 Etapa Mallorca

- ◆ viviendas de las personas encuestadas



Fuente: Betzabe Vernaza

Fotografía 15 casa de la familia Alvarado Mz. 1292 villa 5 etapa

### **3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA**

Este estudio tiene como finalidad mostrar la importancia de informar adecuadamente a los pobladores del sector noroeste de la vía a la Costa, donde se ha podido determinar con una observación que no existe un medio comunitario donde ellos puedan dar a conocer sus inquietudes.

Según los datos que el INEC nos proporcionó se detalla que la población de la Vía a la Costa es de 18.651 en las diferentes urbanizaciones del sector noreste.

Previo a la realización de encuestas de mercado se seleccionará el tamaño de muestra adecuada que nos permita obtener estimaciones y criterios más cercanos a la realidad, partiendo de la población existente. Para identificar y calcular el tamaño de la muestra que es necesaria para realizar este proyecto se va a utilizar la siguiente fórmula para población finita.

La fórmula para sacar el resultado de muestra encuesta es la siguiente:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

E= Error máximo admisible al cuadrado

$$\begin{aligned} n &= \frac{203}{(0.05)^2 (203-1) + 1} \\ n &= \frac{203}{0.0025 (202) + 1} \\ n &= \frac{203}{0.505 + 1} \\ n &= \frac{203}{1.505} \\ N &= 134,88 \text{ sujetos} \end{aligned}$$

### **3.5 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN**

#### **3.5.1 TÉCNICAS DE LA OBSERVACIÓN**

Desde siempre la observación ha constituido una de las formas más usuales de obtener información y de explicarse lo que ocurre en el medio, esta técnica permitirá registrar información en base de la percepción de la realidad del

entorno y definir cuáles son las necesidades de la población de los habitantes de la vía la costa, el medio ambiente y obviamente el sector empresarial involucrado, coadyuvando a jerarquizarlos de mejor manera.

### **3.5.2 OBSERVACIÓN INDIRECTA**

Este tipo de observación documental se realizará mediante la obtención de información a través de la lectura de libros de tipo informativo, reportes sociales, estadísticas, etc. Mediante este tipo de observación, permite ponerse en contacto con hechos del pasado. La tecnología moderna favorecerá enormemente: teléfono, e internet.

Por medio de la observación indirecta se podrá captar los problemas que afecta a la urbanización Terranostra Macrolote C, esta técnica nos brinda información que se presenta como la más evidente, sin embargo es engañosa, pues carece de controles porque no está orientada a objeto orientados de estudios.

### **3.5.3 ENCUESTA**

La encuesta constituye una técnica de investigación empírica que consiste en recoger información a 203 residentes de la sud aéreas divididas en la urbanización Terranostra, de lo que las personas: son, conocen, saben, tienen, opinan o sienten; a través de ella se recogerá la información, en forma escrita, por medio de un cuestionario de 10 preguntas aplicado a la muestra poblacional sobre aspectos relacionados al diseño de un periódico comunitario online de la vía a la costa.

### **3.5.4 ENTREVISTA**

La entrevista que relaciona directamente al investigador con el objeto de estudio mediante individuos o grupos de individuos con el fin de obtener información relevante y significativa.

Ayuda a establecer un clima de confianza y de esta manera reunir la mayor cantidad de información válida del problema de estudio, por lo que todos los elementos que intervienen son relevantes en esta técnica.

Entre sus ventajas se puede mencionar:

- ✓ Los mismos actores sociales proporcionan la información acerca de sus conductas, opiniones, deseos, actitudes, expectativas.
- ✓ Permite percibir las motivaciones humanas, interacción social para elaborar hipótesis provechosas o plantear alternativas de solución.
- ✓ Permite obtener información de carácter cuantitativa y cualitativa, facilitando el análisis estadístico.
- ✓ Es más profunda y amplia que el cuestionario, porque puede cubrir otros aspectos no previstos.
- ✓ El entrevistador tiene la oportunidad de explicar el sentido de las preguntas y controlar la validez de las respuestas.

- ✓ Se puede obtener mayor número de información.

Existen varios tipos de entrevista y en este trabajo de investigación se utilizará la focalizada que nos ayudará a enfocar el interrogatorio en aspectos precisos. El entrevistador debe saber escuchar y ayudar a expresarse al interrogado, pero sin incidir en sus respuestas.

### **3.5.6 LA LECTURA CIENTÍFICA**

Es la técnica de investigación secundaria que permitirá recoger información de tipo bibliográfico, la que resultará importante, especialmente para el desarrollo del MARCO TEÓRICO.

### **3.5.7 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**

La información recopilada, para la presente investigación, será ordenada, de tal manera, que pueda estar disponible para estructurar el documento. Respecto a la información estadística, ésta será filtrada hasta obtener las informaciones pertinentes a la investigación la cual será presentada en forma de tablas y cuadros que permitirán enunciar comparaciones y porcentajes.

De las entrevistas y observaciones que se efectúen, se procederá a recopilar todos los datos obtenidos y se elaborarán cuadros estadísticos que resuman y transformen los datos en información, a través de tablas y gráficas que sirvan de base y contribuyan para un mejor entendimiento.

## CAPÍTULO 4

### 4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADO

Se realizó una encuesta a los habitantes de la urbanización Terranostra etapa Mallorca con el fin de sacar los resultados que nos permitirán saber si el Diseño de un periódico comunitario online en el sector noreste, de la Vía a la Costa, podrá resultar de gran ayuda a sus habitantes.

Con el resultado de las preguntas encuestas se analizaran los puntos que afectan directamente al sector de la población seleccionada. Tomando en cuentas sus diferente puntos de vista.

#### 4.1 TABLAS Y GRÁFICOS

##### 1ª ¿Cuál es el medio de comunicación que utiliza para estar informado?

MEDIOS	CONSULTADOS	%
RADIO	8	5,93
PRENSA	6	4,44
TV	17	12,59
INTERNET	22	16,30
RADIO/PRENSA	3	2,22
RADIO/TV	8	5,93
RADIO/INTERNET	12	8,89
PRENSA/TV	8	5,93
RAD/PRENSA/TV/INTERNET	10	7,41
PRENS/TV/INTERNET	31	22,96
TV/INTERNET	9	6,67
OTRO/ NO DEFINIDO	1	0,74
<b>TOTAL:</b>	<b>135</b>	<b>100,00</b>

Tabla 1

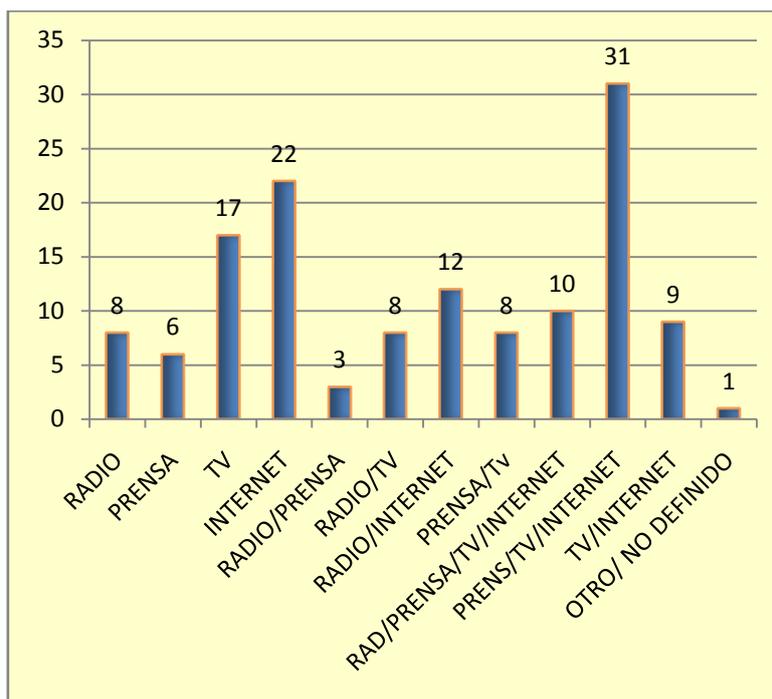


Gráfico 1

**2ª ¿Considera usted que un periódico local online sería una herramienta para expresar las necesidades de su comunidad?**

OPCIONES	CONSULTADOS	%
SI	106	78,52
NO	18	13,33
NO CONTESTA	5	3,70
NO SABE	6	4,44
<b>TOTAL:</b>	<b>135</b>	<b>99,99</b>

Tabla 2

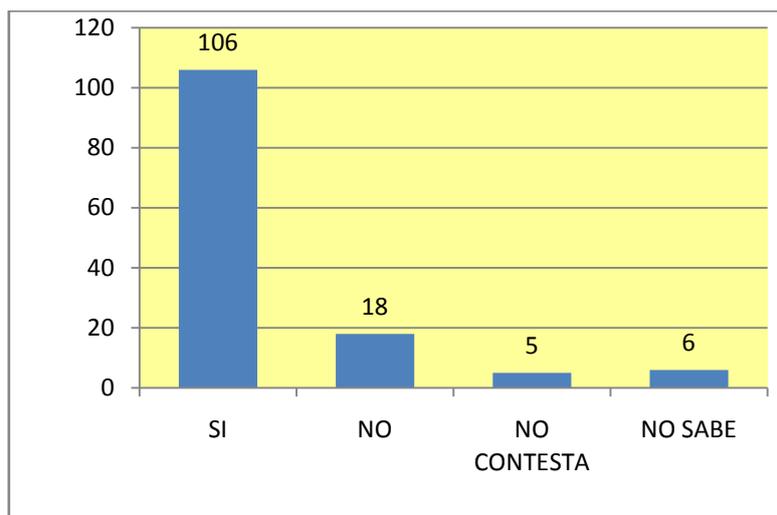


Gráfico 2

**3ª Estaría usted dispuesto a colaborar con un periódico online?**

OPCIONES	CONSULTADOS	%
SI	110	81,48
NO	25	18,52
<b>TOTAL:</b>	<b>135</b>	<b>100,00</b>

Tabla 3

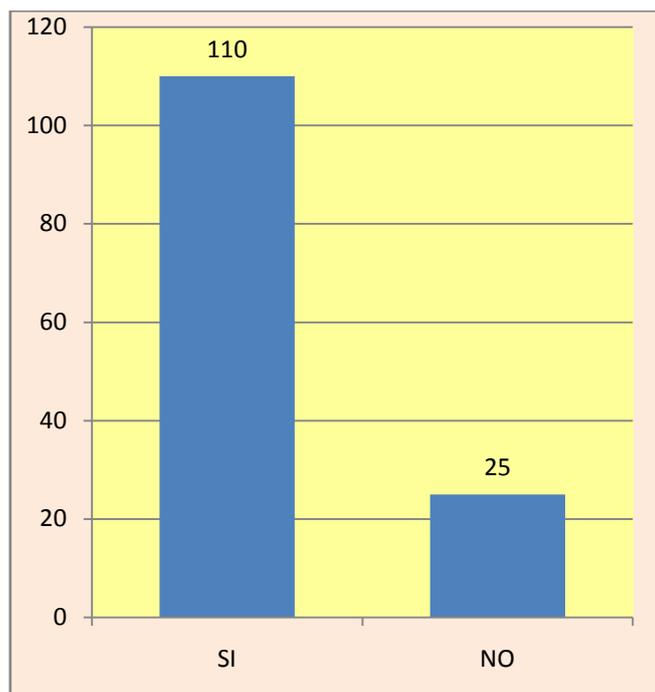


Gráfico 3

**4ª ¿Cree usted que un periódico online lograría mejorar la comunicación con los habitantes?**

OPCIONES	CONSULTADOS	%
SI	105	77,78
NO	30	22,22
<b>TOTAL:</b>	<b>135</b>	<b>100,00</b>

Tabla 4

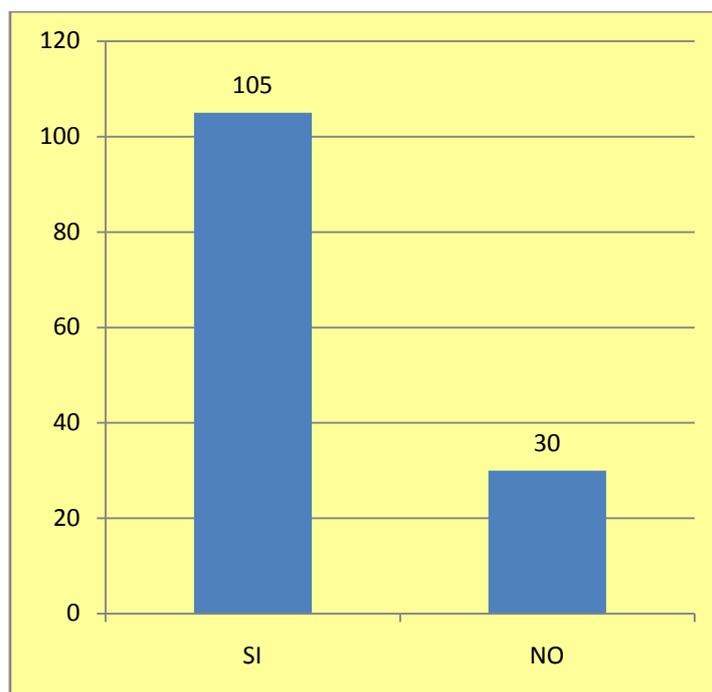


Gráfico 4

**5ª ¿Le gustaría que este periódico fuera Especializado (un solo tema) o General (varios)?**

OPCIONES	CONSULTADOS	%
ESPECIALIZADO	52	38,52
GENERAL	79	58,52
NO CONTESTA	4	2,96
<b>TOTAL:</b>	<b>135</b>	<b>100,00</b>

Tabla 5

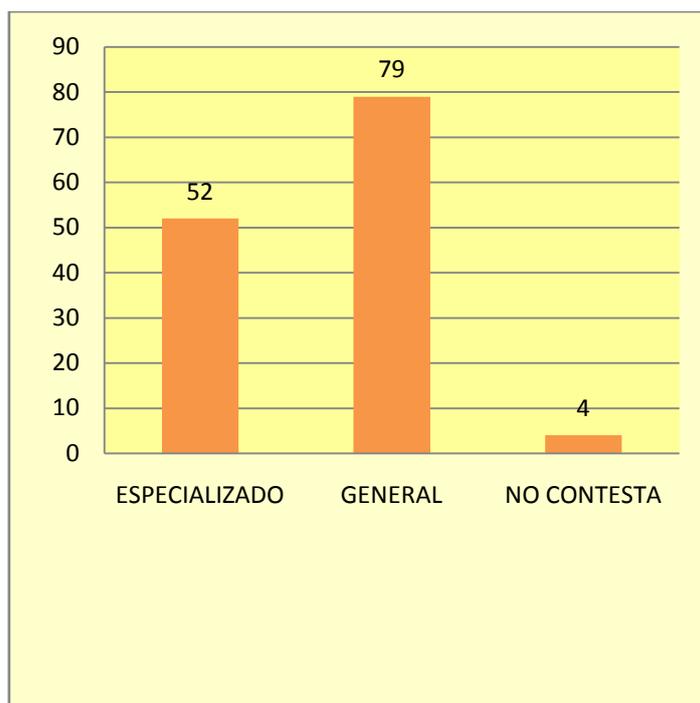


Gráfico 5

**6ª ¿Usted conoce los problemas de su comunidad?**

OPCIONES	CONSULTADOS	%
SI	35	25,93
NO	100	74,07
<b>TOTAL:</b>	<b>135</b>	<b>100,00</b>

Tabla 6

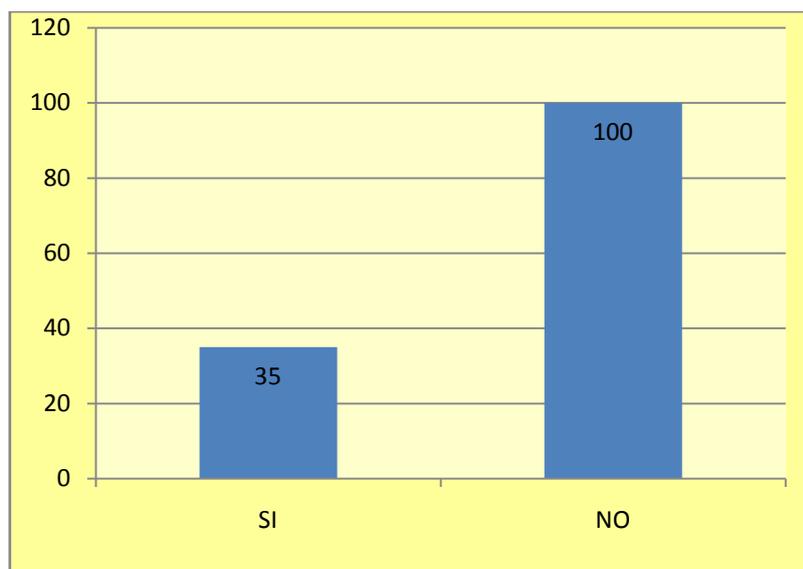


Gráfico 6

**7ª ¿Qué afinidad tiene con los vecinos en su urbanización?**

OPCIONES	CONSULTADOS	%
EXCELENTE	14	10,37
BUENA	39	28,89
REGULAR	58	42,96
MALA	17	12,59
MUY MALA	5	3,70
NO CONTESTA	2	1,48
<b>TOTAL:</b>	<b>135</b>	<b>99,99</b>

Tabla 7

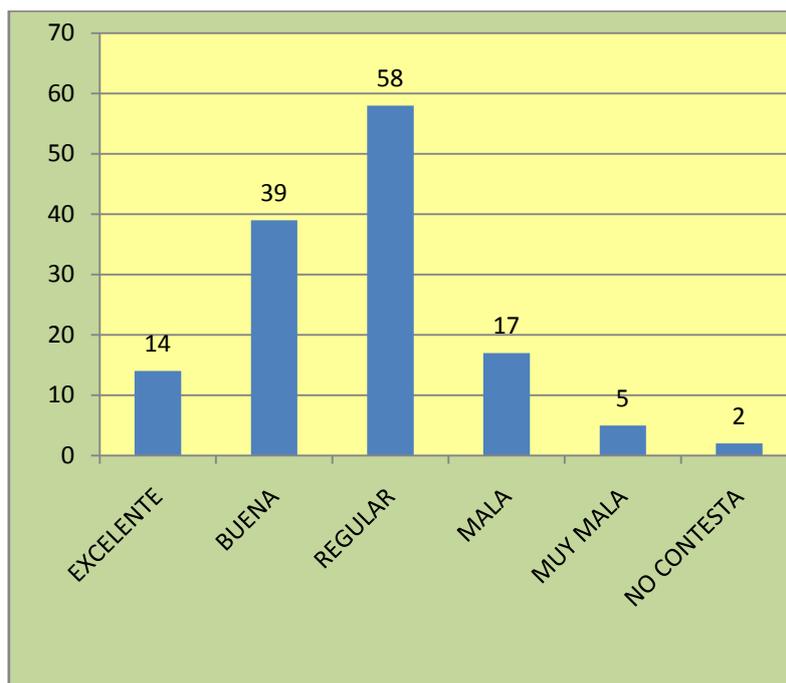


Gráfico 7

**8ª ¿Con qué frecuencia lee usted el periódico?**

OPCIONES	CONSULTADOS	%
TODOS LOS DIAS	62	45,93
FIN DE SEMANA	67	49,63
NUNCA	3	2,22
NO CONTESTA	3	2,22
<b>TOTAL:</b>	<b>135</b>	<b>100,00</b>

Tabla 8

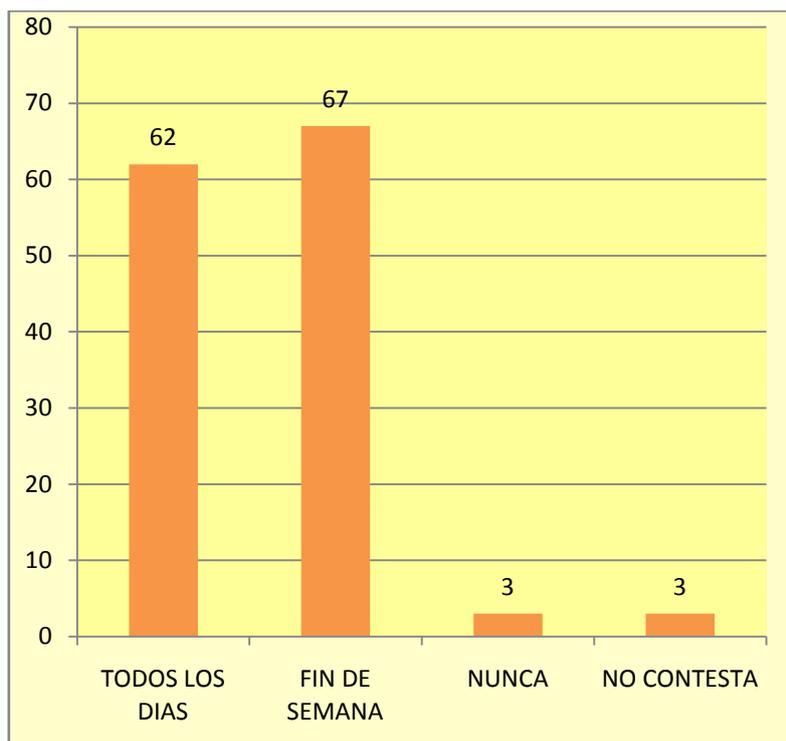


Gráfico 8

**9ª ¿El internet que utiliza quién lo suministra?**

OPCIONES	CONSULTADOS	%
DOMICILIO	15	11,11
CELULAR	29	21,48
LUG. TRABAJO	16	11,85
DOMIC/CELULAR	33	24,44
DOM/CEL/TRAB.	35	25,93
NO UTILIZA	4	2,96
NO CONTESTA	3	2,22
<b>TOTAL:</b>	<b>135</b>	<b>99,99</b>

Tabla 9

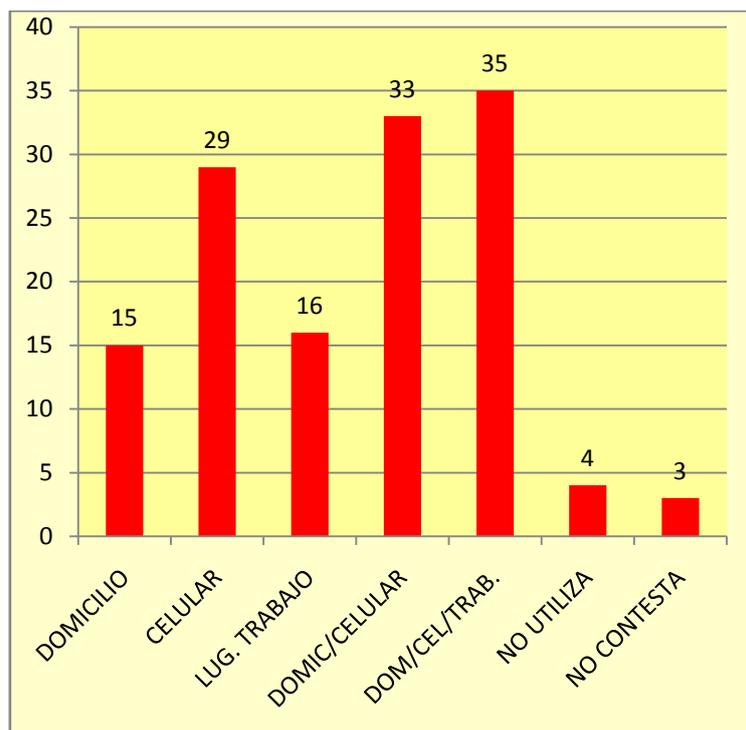


Gráfico 9

**10ª ¿De darse el periódico, qué nombre le colocaría?**

OPCIONES	CONSULTADOS	%
CAMINO A LA PLAYA	1	0,74
COMUNICANDO A LA COSTA	1	0,74
COMUNIDAD TERRANOSTRA	2	1,48
COSTA A COSTA INFORMADOS	1	0,74
DAIL	1	0,74
EL CHISMOSO	1	0,74
EL COLABORADOR	1	0,74
EL COMUNICADOR	1	0,74
EL COMUNITARIO DE LA VÍA A LA COSTA	1	0,74
EL COSTEÑO	1	0,74

EL EXCLUSIVO	1	0,74
EL INFORMATIVO VIAL	1	0,74
EL MUNDIAL	1	0,74
EL SOL	1	0,74
EN LA COSTA NOTICIAS	1	0,74
EN LA COSTA SUCESS	1	0,74
EN LA VÍA LAS NOTICIAS	1	0,74
ENTÉRATE DE LA VÍA	1	0,74
ENTÉRATE ONLINE	1	0,74
GUAYAQUILEÑO	1	0,74
INFORMADOS	1	0,74
INFORMATE RAPIDO	1	0,74
INFORMATIVO	2	1,48
LA COMUNIDAD	1	0,74
LA COSTA	2	1,48
LA COSTA INFORMADA	2	1,48
LA LUNA	1	0,74
LAS NOTICIAS DE LA COSTA	1	0,74
LOS RINCONES DE MI PATRIA	1	0,74
NO CONTESTA	81	60,00
NOSOTROS	1	0,74
NOTICIAS NOSTRAS	1	0,74
NOTICIAS ONLINE	1	0,74
NOTIVIA	1	0,74
NUESTRA COMUNIDAD	1	0,74
ONLINE VÍA A LA PLAYA	2	1,48
ONLINE DE LA COSTA	1	0,74

SÓLO LA VERDAD/ LA VERDAD	2	1,48
TERRA NOSTRA	1	0,74
VAMOS A INFORMARNOS	1	0,74
VERDADES	1	0,74
VÍA A LA COSTA/ NEWS/ INFORMATIVO	6	4,44
VÍA INFORMANDO	1	0,74
VÍA INTERACTIVA ONLINE	1	0,74
<b>TOTAL:</b>	<b>135</b>	<b>100,00</b>

Tabla 10

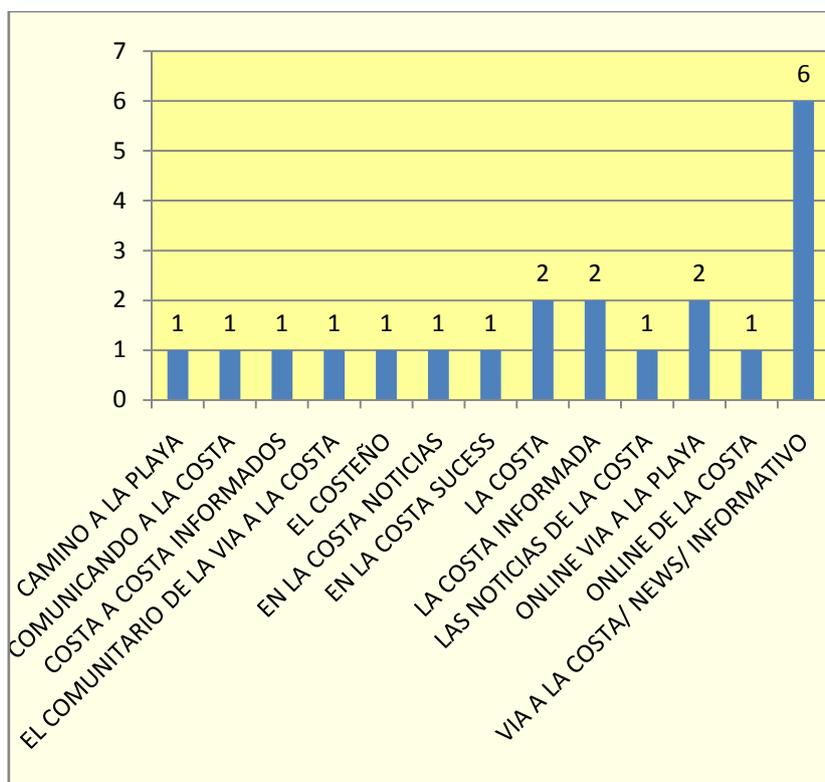


Gráfico 10

◆ Opciones destacadas

<b>OPCIONES</b>	<b>CONSULTADOS</b>	<b>%</b>
<b>CAMINO A LA PLAYA</b>	1	0,74
<b>COMUNICANDO A LA COSTA</b>	1	0,74
<b>COSTA A COSTA INFORMADOS</b>	1	0,74
<b>EL COMUNITARIO DE LA VÍA A LA COSTA</b>	1	0,74
<b>EL COSTEÑO</b>	1	0,74
<b>EN LA COSTA NOTICIAS</b>	1	0,74
<b>EN LA COSTA SUCESS</b>	1	0,74
<b>LA COSTA</b>	2	1,48
<b>LA COSTA INFORMADA</b>	2	1,48
<b>LAS NOTICIAS DE LA COSTA</b>	1	0,74
<b>ONLINE VÍA A LA PLAYA</b>	2	1,48
<b>ONLINE DE LA COSTA</b>	1	0,74
<b>VÍA A LA COSTA/ NEWS/ INFORMATIVO</b>	6	4,44
<b>TOTAL:</b>	<b>21</b>	<b>15,54</b>

Tabla 11

## 4.2 INTERPRETACIONES

Después de haber realizado las encuestas a la población de Terranostra etapa Mallorca considerando que las personas que respondieron los cuestionarios de preguntas fueron escogidas al azar. Fotografías realizando encuestas están graficadas en Anexos.

A contaminación se detalla la siguiente interpretación correspondiente a cada una de las preguntas aplicadas.

**Interpretación de la 1ª pregunta.-** La utilización de medios informativos de las personas consultadas en nuestra encuesta marca la preferencia hacia prensa escrita, televisión e internet con el 22,96% de toda la muestra.

Para los intereses de nuestro proyecto amerita también considerar a quienes optaron por señalar sólo el uso de internet (16,30%), la radio más internet (8,89%), televisión más internet (6,67%), y a quienes utilizan todas las opciones propuestas (7,41%); es decir, que la utilización mix de medios representa el 64.23% de la muestra aplicada.

**Interpretación de la 2ª pregunta.-** Mayoritariamente (78,52%) la muestra consultada responde afirmativamente hacia el proyecto del periódico online para toda la zona costera, a través del cual expresar las necesidades de toda la comunidad

**Interpretación de la 3ª pregunta.-** El espíritu colaborador de la comunidad consultada se pone de manifiesto para expresar su predisposición de participar en este proyecto de 110 personas entre 135 encuestados; es decir, el 81,48% a favor del proyecto.

Lo que demuestra esta interpretación es que los habitantes de esta comunidad están de acuerdo con la ejecución del proyecto y su colaboración.

**Interpretación de la 4ª pregunta.-** Hay evidencia suficiente para afirmar que existe un problema comunicacional entre los habitantes de esta zona.

No obstante, esa necesidad se traduce en una expectativa de mejoramiento en la calidad de la comunicación, a tal punto que el 77,78% de las personas consultadas creen que ese objetivo se lograría con el periódico comunitario online para su sector.

**Interpretación de la 5ª pregunta.-** Las personas (58,52%) de esta zona costera preferirían un periódico comunitario online que abarque temas variados y de carácter general; aunque se debería incluir una sección que aborde temas especializados para satisfacer el requerimiento del 38,52% que así lo requiere.

Hay un pequeño segmento de 2,96% que le resulta indiferente el sentido de la pregunta propuesta en esta encuesta.

**Interpretación de la 6ª pregunta.-** Aquí la evidencia de que existe en esta zona un gran problema comunicacional. El 74,07% reconoce no saber los problemas de su sector.

Básicamente, al no existir entre ellos el nexo que los mantenga al tanto de su realidad no percibida como vecinos, es muy probable que nunca estuvieran conscientes de los problemas comunitarios. Nuestro proyecto se perfila para constituirse en dicho nexo, entre esta comunidad y los sectores continuos.

**Interpretación de la 7ª pregunta.-** Gráficamente se puede percibir que la relación entre vecinos en esta etapa de la urbanización Terranostra es de regular hacia excelente suma 82.22%, con gran énfasis en regular que marca el 42,96%.

Aseguramos con la ejecución del proyecto que esta situación mejoraría la calidad de relación entre vecinos en un nivel progresivamente hacia lo óptimo.

**Interpretación de la 8ª pregunta.-** La muestra considerada revela que las personas consultadas son excelentes lectores de prensa escrita; el 45,93% de los encuestados leen periódicos todos los días.

En tanto que el 49,63% (con una diferencia de 3,7% más que en lectores de todos los días) lo hacen sólo los fines de semana. Entre ambas opciones, esta zona posee un hábito de lectura de periódicos de 95,96% lo cual representa un gran nivel muy auspicioso para nuestro proyecto.

**Interpretación de la 9ª pregunta.-** Descartando las opciones que no son auspiciosas (proveedor del servicio de internet que utiliza: lugar de trabajo y las opciones “no utiliza” y “no contesta”) nos queda un mix de 82.97% con opciones todas válidas para las expectativas de nuestro proyecto.

Sólo “domicilio” (11,11%), sólo “Telefonía Celular” (21,48%), y los mixtos “Domicilio + celular” (24,44%), “Domicilio + celular + lugar de trabajo (25,93%), dan un abanico de fuentes de proveeduría de servicios de accesos a internet muy auspicioso para los intereses del proyecto. Ya que este está denominado como diseño de un periódico online

**Interpretación de la 10ª pregunta.-** Aunque 81 (60%) personas consideradas en la encuesta aplicada no contestaron esta pregunta, las restantes dejaron saber su opinión sobre el nombre que debería tener este Periódico comunitario online. De toda esta gama de nombres, hemos podido hallar símiles respecto a la palabra “costa” y este es el resumen:

Esta selección representa el 15,54% de todos los consultados. Los nombres “Vía a la Costa”/ “Vía a la Costa News” y “Vía a la Costa Informativo” son el 4,44% de la encuesta; es el grupo más importante de la opinión que hace referencia al Litoral Marítimo Ecuatoriano.

Aunque la asignación del nombre del periódico no es responsabilidad de los encuestados si ayuda y favorece a las autoras del medio ya que permite saber el vinculo que cardara a la población para que informen hechos noticiosos y de interés comunal.

En esta muestra de los habitantes del sector noreste, los nombres de esta lista serán analizados y dará el nombre definitivo del periódico comunitario, paso que se realizara en el capítulo VI

### **4.3 ENTREVISTAS**

#### **4.3.1 ENTREVISTA A JULIÁN CORAL CAICEDO**

Licenciado Julián Coral Caicedo, propietario del medio comunitario la “Red Comunicadores Rurales de Imbabura”



Fuente Betzabe Vernaza

Fotografía 16: Caicedo, propietario de un medio comunitario en Imbabura

**1.- ¿Qué concepto tiene usted del Medio de Comunicación Comunitario?**

Es la posibilidad que tienen las comunidades para dar a conocer sus actividades, necesidades y noticias que se generan en su entorno. La voz de las comunidades.

**2.- Usted maneja un medio comunitario, cuéntenos ¿cómo se llama, y cómo se inició?**

Iniciamos la conformación de la Red de Comunicadores Rurales de Imbabura, la que está en proceso luego del nombramiento del Directorio y que tiene capacitación permanente para mantenerse activa.

Se inicio, luego de 4 módulos de capacitación de 6 sábados cada modulo

**3.- ¿Cuántas personas conforman su grupo de trabajo?**

Al momento hemos estructurado una productora con 5 personas que mantienen al aire un programa deportivo, un blog y las noticias se emiten a través de las redes sociales.

**4.- ¿Qué respuesta tienen ustedes cuando hacen interacción con preguntas a las personas de su comunidad?**

Si son temas que a ellos las benefician existe colaboración total. El periodista debe saber llegar con las preguntas adecuadas.

**5.- ¿Es complicado llegar a conocer todos los problemas de su comunidad?**

No si se mira con ojos imparciales y sin miramientos políticos, lo que Ud. hace es informar

**6.- Cada qué tiempo se recomienda actualizar las noticias de un medio comunitario, si su publicación es la web?**

Cada que sea necesario, mi pagina la actualiza a diario, mas aun con las comunidades en donde todo suceso se convierte en noticia. Si no lo actualizas tus seguidores te abandonan.

**7.- ¿Referente a los medios de comunicación online que concepto tiene?**

En este mundo globalizado, es una necesidad, por ello hay que ser fiel a la emisión de mensajes siempre positivos y alentadores. Es un mecanismo de comunicación alternativa e inmediata.

**8.- ¿Conoce usted si existen algún organismo que regule la creación de estos medios comunitario?**

No que yo sepa.

**9.- ¿Existe algún organismo que ayude con la organización de los medios Comunitario?**

Para auspicios puede ser una fundación, o las juntas parroquiales.

**10.- ¿Como se mantienen los medios comunitarios?**

- ✓ Con auspicios.
- ✓ Publicidades
- ✓ Donaciones

**11. Un consejo como egresada de la Facultad de periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte, ya que me encuentro realizando mi tesis y mi es “Propuesta es el Diseño de un periódico Comunitario online en el sector noreste, de la Vía a Costa”.**

- ♣ Este es un campo no muy explotado pero que necesita de más trabajo pero al ser tu medio, es como tu hijo, lo debes cuidar, alimentar con noticias, con videos, fotografías, crónicas, reportajes, etc.
- ♣ Es un mundo con mucho por hacer

#### **4.3.2 Entrevista al Ingeniero Ruthsbel Tampo**

Tampo, ingeniero en sistemas se graduó en la universidad Espol y actualmente es el coordinador de medios multimedia de Diario El Universo

##### **1. ¿Cómo se crea un periódico online, en este caso comunitario?**

Para crear un periódico online necesitaría de los siguientes recursos:

- ✓ Dominio ([www.dominio.com](http://www.dominio.com))
- ✓ Hosting (Lugar donde estaría el sitio alojado)
- ✓ Redactores
- ✓ Diseñador

## **2. ¿Existe algún organismo que regule la creación de este medio?**

No existe regulación alguna en la ley ecuatoriana que limite o controle este tipo de sitios, sin que esto implique que el contenido publicado sea objeto de alguna reclamación legal.

## **3. ¿Cuál es el costo que tiene la creación de este medio, y el Mantenimiento?**

Al momento existen muchos administradores de contenido open source (gratis) que permiten que cualquier persona en la web pueda crear un periódico online ej. [wordpress.com](https://www.wordpress.com), igual necesitaría de un diseñador/programador que ayude al mantenimiento del sitio sin olvidar de los redactores que serían los que generen contenido para el sitio.

## **4. ¿Qué contenidos principalmente llevan los periódicos comunitario online?**

Eso lo define usted en base al tipo de lector al que quiere llegar, puede empezar con una investigación de mercado de las personas a las que quiere llegar.

## **5.- Realizamos una encuesta a la población de Terranostra, el cual reflejo un porcentaje alto sobre la falta de comunicación, estás de acuerdo que su contenido mayormente sea de noticias de su sector.**

Me parece bien, si su periódico es online y comunitario es perfecto tengo entendido que no existe un medio para el sector. Lo básico es subir noticia directa que afecta o interesan a la población de la Costa.

**6. ¿Conoce usted, si existe un contador de visitas, para saber cuántas personas leen el diario?**

Si, Google analytics es el mejor sistema para poder obtener este tipo de información, es gratis.

**7. Una vez creado el medio sabes el costo para proteger una página.**

Depende del servicio que contrates hay páginas que cuestan desde 100 a 550 todo depende como quieras tu página, y el mantenimiento es mensual o como tú lo hagas ya que existen hacker en el sistema online y pueden hacer caer tu página.

**4.3.3 Entrevista Arquitecto Luis Alvarado Marín**



Fuente: Betzabe Vernaza

Fotografía 17 Arq. En proyecto y desarrollo urbanísticos

Se graduó en la Universidad Estatal de Guayaquil actualmente trabaja en el cuerpo de Bomberos, él se encarga de dar permiso y revisiones a las empresas cuando estas cuenten con los equipos de seguridad.

### **1.- ¿Cuál es el concepto de Urbanización?**

Una urbanización es un conjunto cerrado y privado, que tienen aéreas sociales, piscinas, cancha de fútbol, gimnasios, cancha de gol, tenis, parques, iglesias y en ocasiones hasta helipuertos. Exclusivamente para sus residentes.

### **2.- ¿Por qué se construyen las urbanizaciones?**

Porque la población de ahora prefieren vivir aislado del ruido, del chisme del vecino y hasta de la delincuencia están urbanización brinda una seguridad las 24 horas del día a sus pobladores donde al llegar una visita es anunciado con una llamada a su domicilio antes de su ingreso.

### **3.- ¿Por qué la ciudad crece horizontalmente?**

Porque aún hay aéreas donde se pueden desarrollar estos también conocidos como complejos urbanísticos, al momento que ya no existe aéreas para construir estas viviendas se han de desarrollar edificios.

### **4.- Y la población prefiere urbanizaciones cerradas o edificios.**

Con los años que tengo trabajando en estos proyectos puede decir que la población prefiere los conjuntos cerrados, ya que son independientes, tienen su espacio como para dejar sus carros a lado de la casa de su casa, no comparten asesores y es mas privado una casa que un edificio.

### **5.- ¿Donde crece más estos conjuntos privados en la Vía a la Costa o Vía a Samborondón?**

En ambas pero en la vía a Samborondón ya está copado todo, ahora se está desarrollando lo que es vía la Aurora vía Salitre, lo que la Vía a la costa el

auge creció desde 5 años atrás sin desmerecer que puerto Azul es la urbanización más antigua de sector.

#### **4.3.4 Entrevista Abogado Carlos San Andrés**

Notario de profesión el Ab. San Andrés fue uno de los primeros habitantes que tuvo la urbanización Terranostra.

**1. En qué fecha decidió adquirir su casa en Terranostra, y qué lo motivo?**

Un 14 de Febrero, por estar cerca del trabajo.

**2. ¿Cuándo se cambió definitivamente a su vivienda en Terranostra; que cosas modifíco de su hogar para mejorar la seguridad y confort?**

Se puso rejas en toda la casa por seguridad; se amplió los dos cuartos posteriores y se construyó un jacuzzi-vapor por confort.

**3. ¿Cómo ha sido hasta el momento vivir en Terranostra ya que es una urbanización cerrada?**

Muy agradable.

**4. ¿En su urbanización existen alguna Asociación?**

Si soy socio desde que se creó.

**5. ¿Según su opinión, que se debería cambiar, mejorar o eliminar en urbanización?**

Guardianía con armamento e iluminación.

**6. ¿Qué ventajas se tiene de vivir en un macrolote cerrado?**

La tranquilidad familiar.

**7. ¿Cree que un periódico comunitario Online mejoraría la comunicación con los habitantes de las urbanizaciones cerradas?**

Claro sería muy útil para conocer y poderme relacionar con las personas que habitan a mi alrededor.

**8. ¿En su urbanización existe un medio que informe los problemas de su sector?**

No en la actualidad no existe un medio informativo.

**9. Una anécdota, recuerdo bueno o malo que se le venga a la mente en estos momentos?**

Cuando me cambie vine solo con un colchón y dormir en el suelo (jajaja, entre risas).

**10. Somos estudiantes de la ULVR y estamos creando un periódico comunitario online que opina al respecto?**

Las felicito por el trabajo que están brindando a la comunidad de mi parte tendrá todo el apoyo respectivo ya que este tipo de comunicación hace mucho tiempo le faltaba a la vía la Costa.

## **CAPÍTULO 5**

### **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1 CONCLUSIONES**

Configurando la proyección del proyecto del diseño de un periódico comunitario online en el sector noreste de la Vía a la Costa Ecuatoriana, la presente encuesta revela el gran interés de los ciudadanos consultados, a tal punto de querer dar su opinión sobre el nombre distintivo de este producto de comunicación masiva vía internet.

Los medio habituales de proveeduría de información marcan una tendencia al uso de medios no tradicionales como radio y prensa. Ya los medios de imagen y sonido, como la Televisión Nacional, van emigrando hacia la interactividad con el televidente a través de las redes sociales que habitan en el “CyberSpace”.

El concepto de “Urbe Isla” en apogeo por la necesidad de seguridad viene en boga para garantizar a las familias de espacios vitales para el desarrollo de pequeñas comunidades como las urbanizaciones que se van desarrollando a los largo de nuestro litoral marítimo.

Pero sus patrocinadores y mentores no les pueden proveer los satisfactores básicos para la necesidad de comunicación entre estas pequeñas urbes que no podrán permanecer aisladas del resto del mundo, contrariando las necesidades gregarias dadas por la misma naturaleza humana.

Aquí el “factor vinculante”, estratégicamente diseñado y definido para convertirse en el “nexo cotidiano” que llega al individuo y a toda su familia desde el CyberSpace el periódico online comunitario.

He aquí “la necesidad vital” como el hecho mismo de respirar por un lado y por el otro lado “el compromiso profesional” de quienes quieran “aprovechar la oportunidad” de desarrollar un proyecto de emprendimiento y gestión para “dar a luz” una empresa que se proyecta con futuro promisorio.

## **5.2 RECOMENDACIONES**

Lo que se considera es que las comunidades pequeñas en ocasiones no son tomadas en cuentas por los medios tradicionales, sin demostrar que estas también generan hechos importantes y noticias de interés común.

Estas comunidades son propicias para que sean consideradas por aquellas personas que manejan el sector educativo, político, económico e incluso social con el fin de incorporar experiencia.

Como recomendación es de gran ayuda que las personas que viven el sector noreste de la Vía a la Costa, necesitan un espacio de calidad donde se ofrezca información relacionada a su comunidad.

Por otra parte, según lo expuesto por los profesionales de Comunicación Social, es preferible desarrollar un medio online porque según las encuestas realizadas muestras que el 82.97% de la población cuenta con internet.

Podemos decir que por medio de las entrevistas realizadas, tenemos claro todos los puntos para el diseño o creación del medio, a su vez los entrevistados nos facilitaron costo entre otra información.

Y una de las principales recomendaciones que nos dieron los residentes encuestados y entrevistados es la ejecución del proyecto a continuación en el capítulo VI

## **CAPÍTULO 6**

### **6. PROPUESTA**

#### **6.1 TÍTULO DE LA PROPUESTA**

“Diseño de un periódico comunitario online en el sector noroeste, de la Vía a la Costa”

#### **6.2 JUSTIFICACIÓN**

Los problemas económicos y políticos por los que ha pasado el Ecuador, dio como consecuencia la migración de los ciudadanos, en su mayoría a los países del viejo continente, lo que permitió a algunas familias puedan obtener su estabilidad económica, logrando adquirir sus viviendas en el país.

No ajeno a este fenómeno es la ciudad de Guayaquil, en la cual la oferta de residencia se ha incrementado sobre todo en los sectores de la vía a Samborondón y la vía a la costa.

El incremento de habitantes en el sector de vía a la costa ha provocado, el desarrollo de actividades comerciales, tanto así, que en la actualidad están en proceso de construcción tres centros comerciales adicional al recién inaugurado a la finales de Marzo el Blue Coast Bussines Center. Para la comunidad y demanda del sector Costeño

Razón por la cual, necesitaran dar a conocer la oferta de sus productos y servicios, lo que hará necesario la utilización de un medio que permita informar a la comunidad, para los cuales se puede utilizar medios escritos o virtuales.



Fuente: Betzabe Vernaza

Fotografía 18: locales comerciales, en la vía a la Costa

Lo que se busca con un periódico comunitario online es incentivar a la comunidad del sector oeste de la Vía a la Costa para que aprendan, reflexionen y sean copartícipe de un periódico propio de su localidad.

Lo que se quiere destacar de este medio es, la información especializada en su sector, informando así lo que otros medios tradicionales no realizan. Y sirviendo de ejemplo a las comunas adyacentes.

Para los habitantes de la vía a la Costa este será un medio donde podrán estar informado paso a paso de su comunidad, destrancando como principal temas de interés común son las principales característica que este medio englobara.

El periódico contiene muchos temas interesantes tales como: ¿por qué la población prefieren los conjuntos cerrados, para habitar?, recomendaciones de expertos para mantener un acogedor hogar, entrevistas a expertos, temas diversos y recomendados por lector, zona verde, mantención de jardín entre otros.

## **6.3 FUNDAMENTACIONES**

### **6.3.1 FUNDAMENTACIÓN COMUNICATIVA**

Texto, sonido e imágenes son las principales características que tienen los periódicos online, este moderno medio no sólo ha hecho que se tenga una copia exacta de los periódicos impresos en la web, sino también ha creado una nueva forma de hacer noticias al estar informados al tan solo hacer un clip.

Un periódico en línea, periódico digital, diario en línea o diario digital es la edición de un periódico que utiliza internet como su principal medio de difusión, Se refiere a sí mismo a una publicación que a diferencia de su contraparte impresa se presenta en formato electrónico, siendo su principal medio de producción Internet ,según la enciclopedia libre Wikipedia

A su vez este medio ha recibido varias denominaciones como son: periódico electrónico, informativo eléctrico, servicio informativo online, periódico cibernético, prensa online, diario digital, diario online, periódico online entre otros lo importante es que su significado es en todo el mismo o trata del mismo corte informativo.

En los últimos años se habla más de periódico online pero también de sitio de noticias. El adjetivo digital presenta menos discusión porque indica al soporte tecnológico del que se sirve el medio en contraposición de los medios tradicionales que son analógicos.

### 6.3.2 FUNDAMENTACIÓN TECNOLÓGICA

A continuación se ofrece un gráfico con las 5 etapas que ha sufrido el periodismo en el proceso de adaptación a Internet, que comenzó en 1985 pero que hasta 1994 no se llegó a publicar el primer periódico online que fue “The Daily Telegraph”, frente al primer periódico impreso que fue el “The Daily Courant” en 1701, con 293 años de diferencia de ambos.

En el cuadro se puede apreciar las evoluciones que tuvo el periodismo desde el momento de sus inicios claramente la imágenes resaltas sus cualidades

Edición Impresa	Edición Online
Presencia testimonial	Estrategias crossmedia
Lenguaje tradicional	Lenguaje de programación HTML
300 años de periodismo impreso	15 años de periodismo online
Surgió del libro	Surgió del periodismo impreso

Fuente: Betzabe Vernaza

Fotografía 19: evolución del medio físico a la web

Hablando de la historia de los medios online, este se origina en los Estados Unidos siendo el The Chicago Tribune, el primero en publicar sus páginas impresas a la web siendo este medio visitado por los usuarios desde 1992. De hecho, la mayoría de los primeros periódicos en internet son de este país, lugar en donde nació y se desarrolló la red.

Después de la aceptación que tuvieron los periódicos online, Latinoamérica no se quedó atrás siendo el *Hoy*, de Ecuador, *El Tiempo*, de Bogotá y la revista *Caretas*, de Perú. Con el tiempo se sumaron otros muy reconocidos el día de hoy como: el *Diario de Hoy*, de El Salvador, *La Jornada*, de México,

*País*, de Uruguay o *La Nación*, de Argentina. *Prensa Libre*, de Guatemala, *El Nacional*, de Venezuela, *COPESA*, de Chile pioneros en sus países respectivamente.

En Ecuador, el primer diario que publicó su edición impresa a la red fue el *Diario Hoy* de la ciudad de Quito, a pocos años de que empezó la difusión comercial de Internet en el mundo. El primero de este medio fue una versión pesada y extremadamente lenta ya para el 2008 este contrata un nuevo sistema de software y su página es interactiva, en la actualidad tiene vinculación con las redes sociales como son Facebook y Twitter

En el Ecuador este boom ya está potenciado en su gran mayoría los principales periódicos como son: *Diario Hoy*, *EL Universo*, *El Comercio*, *Expreso*, *Extra*, *Metroquil*, *EL Telégrafo* entre otros cuentan con sus páginas en la web y en la actualidad ninguno de los mencionados se enfocan exclusivamente en los problemas de las comunidades.

## **6.4 OBJETIVOS: GENERALES Y ESPECÍFICOS**

### **6.4.1 OBJETIVO GENERAL**

Implementar un medio que permita informar a los residentes de las diversas urbanizaciones del sector noreste, de la Vía a la Costa.

### **6.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ◆ Crear un periódico comunitario que permita fortalecer los medios comunicativos con los habitantes del sector noreste, de la Vía a la Costa
  
- ◆ Establecer un espacio que permita estar al tanto de las percepciones expectativas y necesidades de sus habitantes.
  
- ◆ Diseñar una paina interactiva, para que la comunidad sea coparticipe de la realización.

## **6.5 IMPORTANCIA**

Debido al resultado de las encuesta, de la pregunta 8 se puedo mostrar que la relación entre los vecinos es escasas siendo 82.22%, regular hacia excelente con gran énfasis en regular que marca el 42,96%. Se puede señalar que con la ejecución del proyecto esta problemática mejorara la calidad de relación entre vecinos en un nivel progresivamente hacia lo óptimo.

De hecho en la Fundación del Diario Universo, tiene promover a personas que tengas cualidades de periodista desde su misma comunidad realizando un curso de capacitación vía Twitter @eluniversocom para que ellos sean los futuros periodista comunitarios.

Así podrán informar, enviar videos y foto; aprenderán a redactar textos noticiosos y publicarlos a través de la red social con estos los interesados en realizar el seminario podrán enviar una información al medio estructurada y de fuentes confiables para la publicación del diario.

Un medio de comunicación especializado para los habitantes de la Vía a la Costa es de suma importancia para dejar en claro que se toma muy en serio el desarrollo de espacios y programas que buscan mejorar la calidad de vida de estas personas que actualmente se muestran poco conformes con las relaciones que mantienen con sus familiares o amigos más cercanos.

El ofrecer un medio de comunicación, es notable porque ayudará en el proceso de visibilidad para los habitantes de la Vía a la Costa, para que esto sea el punto de partida donde los medios tradicionales encuentren la guía para dar verdadero espacio a este grupo poblacional que espera un cambio significativo en el proceso informativo que ahora conocen.

Por medio de un periódico online, la población del sector noroeste, de la Vía a Costa, tendrán acceso a la información básica sobre los programas y fechas de asamblea en sus comitivas, guías de teléfono para servicio a domicilio, y las actividades que se desarrollan en su localidad.

Al tener un espacio informativo, la población de la Vía a la Costa, sentirán que son escuchados y pueden demostrar también que en los conjuntos cerrados existen problemas comunes como los de la gran ciudad.

## 6.6 UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA

- ◆ Provincia: Guayas
  
- ◆ Cantón: Guayaquil, Vía a la Costa
  
- ◆ Parroquia: Chongón
  
- ◆ Infraestructura: Urbanización desde el km 9.8 a 22  
del sector Noreste, de la Vía a la Costa.

Este proyecto comunicacional se desarrollará de manera exclusiva en el sector noroeste, de la Vía a la Costa desde el km 9.8 al 22 cubriendo novedades e información de las siguientes urbanizaciones.

Nombres de las Urbanizaciones	Ubicación general	Ubicación por km
Puerto azul	Vía a la costa	9.8
Bosques de la cota	Vía a la costa	10
Porto fino	Vía a la costa	11
Porto vita	Vía a la costa	11.5

Belohorizonte	Vía a la costa	11.5
Laguna club	Vía a la costa	12.5
Casa club	Vía a la costa	13
Punta esmeralda	Vía a la costa	13
Terranostra	Vía a la costa	13.5
Puerto Seymour	Vía a la costa	14
Arcadia	Vía a la costa	14.5
Vía al sol	Vía a la costa	14.5
Costalamar	Vía a la costa	14.5
Europa	Vía a la costa	15.2
Sorrento	Vía a la costa	20
Valle alto	Vía a la costa	21
Los angeles	Vía a la costa	22

Fuente: Las autoras

Fotografía 20: ubicación de las urbanizaciones de la Vía a la Costa

Está dirigido específicamente a las personas que habitan en conjuntos residenciales cerrados, pero también contará con información general de hechos destacados en el país y el mundo.

En cuanto al establecimiento del medio de comunicación, tendrá su oficina en la misma vía a la costa, procurando estar más cerca de quienes serán los potenciales lectores. Además contará con una razón social empresarial; equipos necesarios para realizar el medio en línea. Lo cual se detallara en la descripción de la propuesta

## **6.7 FACTIBILIDAD**

Después de definir la problemática en la población de los residentes de la vía a la Costa, es pertinente realizar un estudio de factibilidad para determinar la capacidad económica y tecnológica que implica la implementación de periódico online, así como los beneficios y el grado de aceptación de la propuesta en general. Este análisis permite determinar las posibilidades de la puesta en marcha del nuevo medio de comunicación.

### **6.7.1 FACTIBILIDAD ECONÓMICA**

Ya que la factibilidad económica se refiere a que se dispone del capital en efectivo o de los créditos de financiamiento necesario para invertir en el desarrollo del proyecto, mismo que deberá haber probado que sus beneficios a obtener son superiores a sus costos en que incurrirá al desarrollar e implementar el proyecto o sistema

Podemos decir que si contamos con el financiamiento ya que actualidad contamos con la creación de la página web y que los Hosting y Dominio tiene un mínimo costo de \$ 60 anual.

Hosting se refiere al soporte donde va hacer publicada la pagina y domino es la empresa proveedora para el soporte en la web. Costo reales de pagina web detalles en anexo.

## 6.7.2 FACTIBILIDAD TECNOLÓGICA

Aquí se Indica si se dispone de los conocimientos y habilidades en el manejo métodos, procedimientos y funciones requeridas para el desarrollo e implantación del proyecto. Además indica si se dispone del equipo y herramientas para llevarlo a cabo.

Las autoras cuentan con varios equipos para la realización del medio, además conocen el perfecto uso de su utilería. Fotos y descripciones en anexos

En cuanto al gasto generado por Recurso Humano, este será el encargado de la elaboración y mantenimiento del periódico online, tenemos a los redactores, y comunicadores voluntarios que serán periodistas empíricos, dispuesto a colaborar con informaciones de sus urbanizaciones.

A su vez el redactor coordinará con los colaboradores para organizar la agenda de entrevistas, y diagramación del medio.

<b>COSTOS SALARIO PERSONAL</b>		
<b>RECURSO HUMANO</b>	<b>SALARIO MENSUAL</b>	<b>SALARIO ANUAL</b>
Redactor 1	300	3.600
Redactor 2	300	3.600
Comunicador voluntario 1	200	2.400
Comunicador voluntario 2	200	2.400
Transportación	100	1200
Fotógrafo	250	4.200
Diseñador de la página web	1.200	1.200
<b>TOTAL</b>	<b>2.490</b>	<b>24.600</b>

Fuente: Las autoras

Fotografía 21: salarios del personal

También se unirán a la redacción del periódico los habitantes de las diferentes urbanizaciones del sector noreste de la vía a la Costa con medio de información directa que involucre a su urbanización, serán enviadas directamente a nuestro sitio web, confirmando el reportero para la publicación de la noticia.

### **6.7.3 FACTIBILIDAD LEGAL**

La factibilidad legal se refiere a que el desarrollo del proyecto o sistema no debe infringir alguna norma o ley establecida a nivel local, municipal, estatal o federal.

En el Proyecto de la Ley Orgánica de Comunicación, sección III de los medios de comunicación comunitaria es necesario tener en cuenta el siguiente artículo, que aclara dichos puntos para su financiamiento.

**Art. 94.- Financiamiento.-** Los fondos para el funcionamiento de los medios comunitarios provendrán de la venta de servicios y productos comunicacionales, venta de publicidad, donaciones, fondos de cooperación nacional e internacional, patrocinios y cualquier otra forma lícita de obtener ingresos.

- ◆ Las utilidades que obtengan los medios de comunicación comunitarios en su gestión se reinvertirán con prioridad en el mejoramiento del propio medio, y posteriormente en los proyectos sociales de las comunidades y organizaciones a las que pertenecen.
  
- ◆ A través de los mecanismos de contratación preferente a favor de la economía solidaria, previstos en la Ley de Contratación Pública, las

entidades estatales en sus diversos niveles contratarán en los medios comunitarios servicios de publicidad, diseño y otros, que impliquen la difusión de contenidos educativos y culturales.

- ♦ Las entidades públicas podrán generar fondos concursales para la difusión cultural y educativa a través de los medios comunitarios.

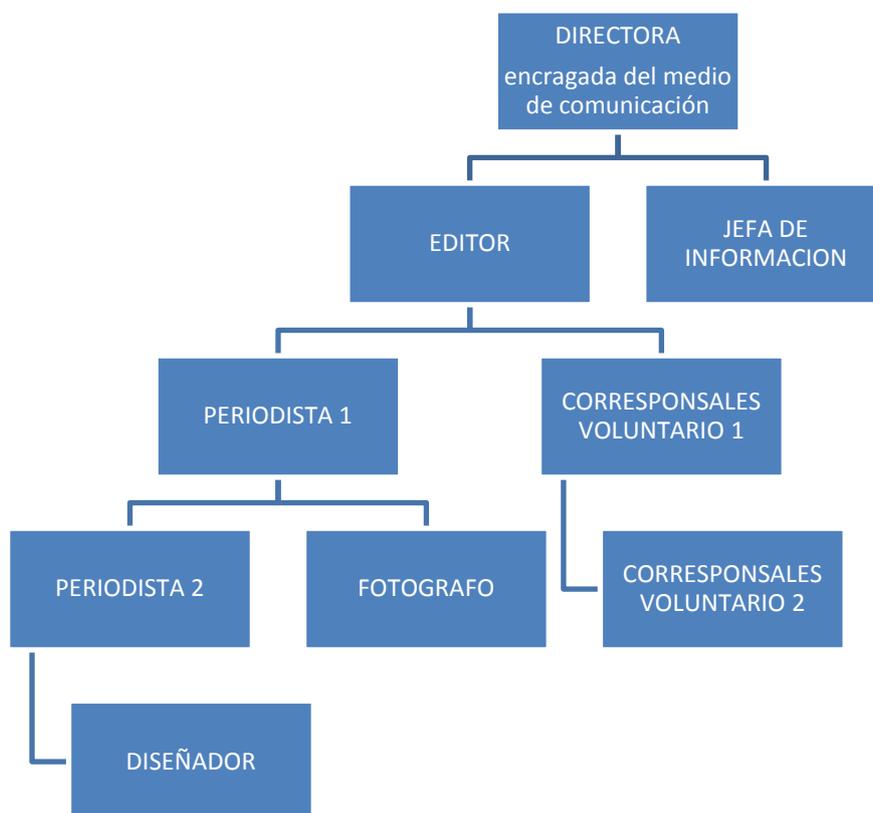
Habiendo cumplido con estos parámetros debemos obtener el RUC para la empresa obligadas a emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica

Cuyos requisitos se detallan a continuación:

- ♦ Copia del estatuto de la persona jurídica con certificación de inscripción correspondiente; Ley de Creación o Acuerdo Ministerial de creación, según corresponda.
- ♦ Nombramiento del Representante Legal, inscrito en el Registro Mercantil cuando así lo exija la Ley.
- ♦ Copia de la Cédula de Identidad y Papeleta de Votación del Representante Legal.

Una vez realizado los trámites de ley junto a la aprobación del mismo, se procede a diseñar el organigrama de la empresa en este caso jerarquías que constituyen el medio de comunicación siendo el periódico comunitario online.

➤ ORGANIGRAMA DEL PERIÓDICO COMUNITARIO ONLINE



Fuente: Las autoras

Fotografía 22 estructura de InformaTcosta

## 6.8 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Se pretende diseñar un periódico comunitario online especializado, en problemas que ocurren en el sector noreste, de la Vía a la Costa. Además se implementara secciones que contenga vivencias, historias porque preferir vivir en lugar fuera de la ciudad, información especializada de salud, moda, belleza, turismo cultura y sociedad, publicando fiestas de cumpleaños, matrimonios graduaciones entre otras recomendadas por usuarios.

Contará con la colaboración de profesionales en periodismo, periodista empírico, voluntarios que viven en cada una de las urbanizaciones delimitadas en la Vía a la Costa.

Dado el resultado de las encuesta realizadas en el capítulo IV el nombre que se le dará el periódico comunitario online es de INFORMATCOSTA ya que fueron los mismo residentes que recordaran su periódico online con palabras como Costa, Online, Infórmate vía, entre otras.

**VISIÓN.-** INFORMATCOSTA, tiene como visión ser pionera en publicar noticias y hecho novedoso de los habitantes de la Vía a la Costa. Se enfocara noticias y sucesos en su sector gracias a la colaboración de sus habitantes.

**MISIÓN.-** Nuestra misión será ser reconocida por este grupo poblacional que al momento se siente relegado por los medios de comunicación a nivel nacional. Además de buscar la dignificación de sus lectores incentivando la lucha por hacer reconocer y valorar sus derechos para mejorar su calidad de vida mediante entrevistas y experiencia dadas.

### **6.8.1 LOGO DEL PERIÓDICO COMUNITARIO**

El periódico es una herramienta de trabajo y por ello hay que tener en claro todos los puntos que nos ayudarían a tener una mejor aceptación por medio de las imágenes los habitantes de la vía a la Costa y demás personas podrán identificar su periódico gracias a figura o colores que simbolizan este medio comunitario.



Fuente: Silvia Hernández

Fotografías 23: Elección del logo para el medio online

Después de observar la vía a la Costa esta cuenta con diferentes urbanizaciones, a sus alrededores tiene varios cerros, y árboles. Nuestro logo por las descripciones dada es el siguiente



Fuente Betzabe Vernaza

Fotografía 24: logo del periódico online Informatcosta

InfomaTcosta.- Es el nombre de nuestro periódico online y por consiguiente en el logo se refleja también su calificativo. Aquí observamos unos cerros por que existen en toda la vía, y el mar a la azul referente a la Costa ecuatoriana.

#### **6.8.2 DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DEL PERIÓDICO COMUNITARIO ONLINE**

Nuestra página web está dividida en diferentes secciones en la principal tendremos los titulares más destacados del día también así mismo contaremos con la sección Comunidad, aquí se habla exclusivamente de noticia y hecho que se suceden en la vía o en las urbanizaciones. Comunidad, Cultura, Entérate, Vida y Salud Sociales, Deportes, y Perfiles

Igualmente, es importante resaltar el privilegio de la comunidad de las autoras junto con nuestro equipo de trabajo de vivir esta maravillosa experiencia, donde nosotros mismos participaremos activamente como reporteros, publicistas, diseñadores, editores, columnistas, fotógrafos, redactores y demás responsabilidades del medio.

Fundamentando la imparcialidad y participación pública, ciudadana, estudiantil y por ende comunitaria, promoviendo y demostrando el desarrollo económico,

social, educativo, ético mostrando a todos los integrantes de esta comunidad y demás pobladores de la vía a la costa, promoviendo así la libertad de expresión debemos asumir el compromiso de presentar el periódico comunitario a modo de una actividad social comunitaria.

A continuación detallamos la descripción de publicación de diseños de páginas web. Mostrando también iconos, texto, imágenes y contenidos de la primera publicación en la web. Planteando nuevamente que nuestra primera noticia es de hablar de la comunidad.

Por medio de entrevista tenemos claro que la publicación de página web varía en costo adicionalmente necesitamos de un Hosting y Dominio para la publicación online la encargada de proveer nuestro espacio en la web es la empresa Ecuaweb-Ecuahosting, en anexo ver costo reales de páginas y soportes.

Para la creación de la página del diseño de un periódico comunitario online la empresa. *Implantación & Diseño de ACorp Solution*, encargada de la creación de la misma. Aquí mostramos un cuadro de cómo será la publicación y diseño de las páginas.

Frame superior= imágenes de las diferentes urbanización		
Frame= menú principal		
Frame izquierda	Frame centro	Frame derecha
Frame inferior		

Fuente; las autoras

Fotografía 25: FRAME en cuadro simple

Se denomina frame en inglés, a un fotograma o cuadro, una imagen particular dentro de una sucesión de imágenes que componen una animación. La continua sucesión de estos fotogramas producen a la vista la sensación de movimiento.

Página web, página principal de la primera publicación del periódico InformaTcosta, Cuadro real con contenido en general.



Fuente: Las autoras

Fotografía 26: Publicación del primer periódico comunitario en la vía a la Costa, InformaTcosta

### 6.8.3 DESARROLLO Y CONTENIDO DE LOS MENÚS PRINCIPALES

#### ♣ Comunidad, diagramación en web



#### ♣ COMUNIDAD NOTICIAS

### Falta de semáforos en la vía a la Costa

Uno de los problemas que afecta a los moradores de las urbanizaciones de la vía a la Costa es la falta de semáforos, así mismo esta es una vía alterna y circulan carros de carga pesada.

Para Ivonne Lecaro, residente de la urbanización Terranostra km 13.5, asegura que en hora pico es complicado transitar por la vía



#### ◆ CULTURA, DIAGRAMACIÓN EN WEB



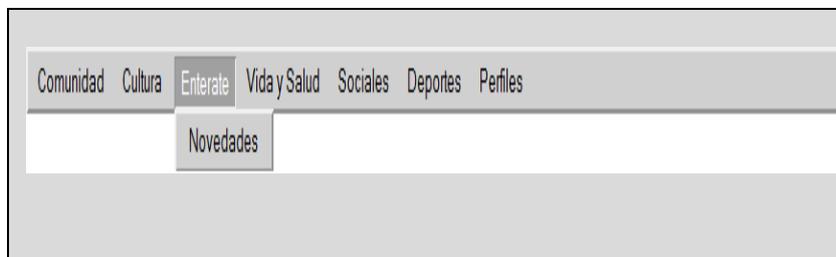
#### ◆ CULTURA, NOTICIAS

### Historia de la cultura Valdivia



Valdivia se desarrolló en una de las zonas más áridas de la costa sur del Ecuador, principalmente en la península Santa Elena, aunque también hay sitios de esta cultura en el interior. Sólo un río aporta agua y áreas con vegetación. Sin embargo, la fría corriente de Humboldt da origen a una rica flora y fauna marina, con una gran variedad de algas, peces y marisco. Su economía era mixta, basada en la agricultura y la obtención directa de recursos naturales. Los cultivos principales eran maíz, porotos y calabazas. Es posible que también plantaran ají y maní, así como algodón. Recolectaban frutos silvestres como papayas, piñas, chirimoyas y paltas, cazaban de o adornos labiales, collares y orejeras.

♦ Entérate, diagramación en la web



♦ Entérate, noticias

## Se construirá una iglesia en Terra Nostra

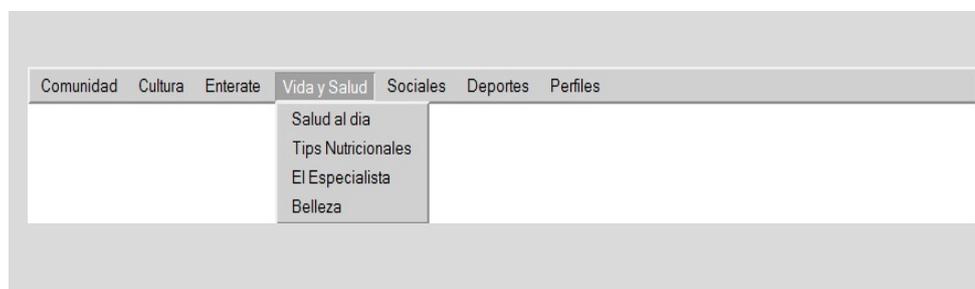


Aunque su modelo aun no esté definido se espera que esta concentración de feligreses sea una estructura grande como la iglesia la Catedral. Para el inicio de su construcción se espera recoger 100 mil dólares.

El párroco de la urbanización Puerto Azul y también de Terra Nostra Rayner manifestó en la misa que da los domingo a las 8 y 15 en la etapa de Ibiza su proyecto es grande y esta es una construcción valorada en 600 mil dólares, “creyente queremos de su apoyo, queremos tener nuestro propio templo santo es necesario juntar y colaborador todos” acoto el sacerdote.

En la misma misa el párroco confirmo que ya cuenta con 60 mil dólares y que el proceso de construcción empezara finales de junio.

➤ **VIDA Y SALUD, DIAGRAMACIÓN EN LA WEB**



➤ **VIDA Y SALUD, NOTICIAS**

## Villamil playas, segundo clima mejor del mundo

Villa mil” también conocido como Playas, lugar que ostenta el título de “Segundo mejor clima del mundo”, declarado por la UNESCO en 1982, además de poseer 14 Km. de hermosas playas que han sido por mucho tiempo el destino turístico de muchas personas, que cautivadas por la belleza natural y las cálidas aguas que bañan sus costas, hacen de este sitio un parador turístico por excelencia.

A photograph of a beach scene. In the foreground, the word 'Playas' is written in large, dark letters in the sand. Two people are visible in the background: one standing and one bending over, possibly writing or drawing in the sand. The beach is wide and sandy, with waves breaking in the distance under a clear sky.

#### ◆ Sociales, diagramación en la web



#### ◆ Sociales, noticias

## Arte se plasma en un muro

El pasado sábado se desarrolló elWallpeople 2012Express Yourself, actividad que



reunió a los artistas urbanos del país. Esta es la tercera edición del proyecto, que se realizó de manera simultánea en 30 ciudades del mundo. En Ecuador se organizó en la urbanización puerto azul de la vía a la Costa las ilustraciones y las fotografías.

## Deportes, diseño en la web



## Deportes, noticias

### La Pichanga sitio de deportes familiar

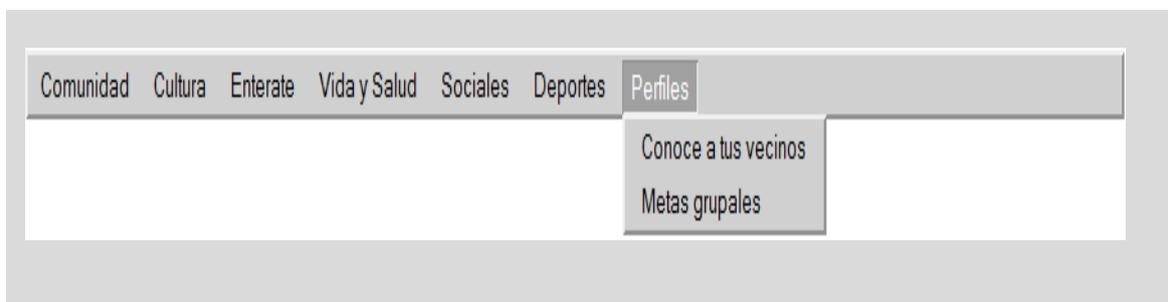
Son Cancha de césped sintético de 6 jugadores. Estas novedosas explanadas hacen que los habitantes de la vía a costa, tenga donde ejercitar su cuerpo con el deporte preferidos por los hombre, no hay edad limites para poder jugar en estas canchas



Su funcionamiento es de de lunes a domingo, su valor varía desde los \$25 a \$40 también aquí cualquier eventos sociales como cumpleaños, matrimonio, quinceañeras, graduaciones, etc.

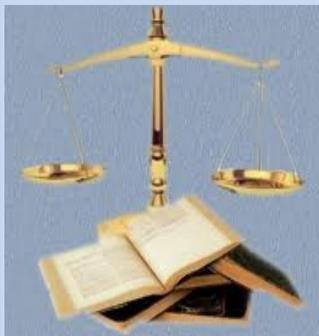
Para más información de campeonatos te puedes comunicar al 089696935 - 099087961 o a la dirección [lapichanga@hotmail.com](mailto:lapichanga@hotmail.com)

◆ **Perfiles, diagramación en la web**



◆ **Perfiles, noticias**

## Entrevistas



Este segmento está dedicado a realizar entrevistas a las familias de Mallorca. En esta primera edición nos complace mucho realizarla a unos de los primeros residentes de Mallorca, el Sr. **Abogado Carlos San Andrés Restrepo** y su estimada familia, compuesta por su esposa la Sra. **Laura Fuentes de San Andrés**, sus hijos el joven **Carlos San Andrés Fuentes** y la Sra. Abogada **Karla San Andrés de Castillo**; y su pequeño nieto **Javier Emilio Castillo San Andrés**; quienes desde Agosto del 2007 habitan la Villa 8 de la Manzana 1292 y que de la manera más gentil y dispuesta accedieron a participar en esta entrevista

También nuestra página cuenta con pestañas de acceso rápido, esto se basa principalmente en suscripciones, contáctanos enlaces a las redes sociales como Facebook y Twitter. Se detalla a continuación.

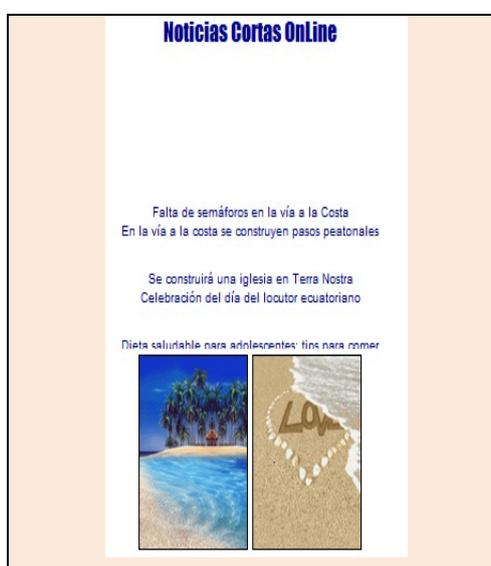


Estos iconos llevan al cibernautas a suscribirse a nuestra paginas, y a tener fácil acceso a Facebook y Twitter.



Este es un espacio que está en la parte izquierda del periódico diseñada para la publicación de noticia cortas online o la publicidad.

Donde los periodistas voluntarios de cada urbanización nos enviaran información, destacada de su urbanización. A su vez este es espacio diseñado para la publicidad. Spa, panaderías, restaurantes, peluquerías farmacias entre otros locales se pueden anunciar en este espacio.



#### **6.8.4 ACTIVIDADES**

Una vez planteado el Diseño de un periódico comunitaria online en el sector noreste de la vía a la Costa pasamos al paso de las actividades principales como punto principal tenemos.

Reuniones semanales con los presidentes de las diferentes urbanizaciones del sector para establecer las necesidades básicas de cada uno de sus conjuntos

residenciales. Ayudarnos mutuamente de la información que ellos necesitan publicar en nuestra página para el informe directa de los moradores.

En el ámbito empresarial, establecer la cantidad de personal, considerando que una persona puede desempeñar más de una función para reducir costos. Contaremos con dos periodistas fijas.

También será contratado un diseñador gráfico, y un fotógrafo que serán parte fundamental para el desarrollo de un periódico online y de gran ayuda para tener creatividad en el medio digital.

Dentro de las actividades diarias que el periódico tendrá es la conversación amena y mañanera antes de buscar la noticia conformada por el siguiente equipo el editor, periodistas fijos, voluntarios, y fotógrafos. Así se llegara a una mejor comunicación con la finalidad de que el grupo funcione mejor entregando así a los residentes de la vía a la Costa una noticia clara, precisa y de real contenido.

Se analizara diariamente la información enviada por los cibernautas ya que ellos son un pilar fundamental para la publicación de las noticias diarias de nuestro medio, un periodista voluntario estará encargado de verificar dicha información.

### **6.8.5 RECURSOS**

Gracias a la afinidad que se mantiene con el presidente de la urbanización Terranostra etapa Mallorca Ing. Jimmy Alvarado su esposa Ing. Ivonne Lecaro junto el resto de la comitiva nos prestaran sus instalaciones que ya cuentan con equipos de oficinas.

A su vez nos minimizara los gastos de alquiler de oficina ya que, en su etapa cuenta con un espacio adecuado para trabajar en la redacción del periódico online, imágenes de la oficina en anexo.

A demás las autoras del proyecto cuentan con los siguientes recursos que son de gran ayuda al momento de adquirir equipos de oficina. A continuación se detallan los medios propios que poseen la misma. Y las fotos se adjuntan en anexos

- ◆ 2 computadoras leptón
  
- ◆ 1 computadora de escritorio
  
- ◆ 1 escritorio y silla para computadora
  
- ◆ 1 una impresora a tinta
  
- ◆ 1 scanner
  
- ◆ 1 esplín
  
- ◆ 2 celulares inteligente
  
- ◆ 1 cámara fotográfica normal

- ◆ 1 ventilador
  
- ◆ Pen drive
  
- ◆ Grabadoras

#### **6.8.6 CRONOGRAMA**

La elaboración de un periódico comunitario online, como cualquier otro medio de comunicación debe estar regido por un cronograma de actividades que será acatado a cabalidad para cumplir con los tiempos y no se presenten complicaciones.

Estas actividades básicamente se realizarán diarias, diferenciando los temas y proporcionando una información actualizada

<b>Cronograma diario al redactar el periódico online</b>		
<b>Seleccionar tema</b>	Hechos novedosos del día	Periodista
<b>Llamar a fuente</b>	Confirmar noticia	Periodista voluntario
<b>Recopilar información</b>	Analizar información	Periodista voluntario
<b>Corrección de noticia</b>	Leer detalladamente los hechos	Correctores web
<b>Publicación de noticia</b>	Subir a la web	Periodistas encargados
<b>Interacción con cibernautas</b>	Publicación de temas relativos de la comunidad	Periodistas voluntarios
<b>Actualización de hechos noticiosos del día</b>	Subir noticia a la web	Periodista encargados
<b>Desarrollo de los temas <sup>2a</sup> publicaciones</b>	SE DESCRIBE LA NOTICIA	PERIODISTA, VOLUNTARIOS
<b>Entrega de temas</b>	LOS EDITORES RECIBEN LAS NOTICIAS	EDITORES
<b>Correcciones ortográficas</b>	Corregir faltas ortográficas	CORRECTORES
<b>Recorrido por la vía a la costa</b>	Encontrar información especializada del sector	Fotógrafo y periodista voluntario
<b>Organización de los temas del día siguiente</b>	Ideas para la publicación del siguiente día	Editor periodista encargados

Fuente: Las autoras

Fotografía 27: actividades diaria del medio

### 6.8.7 PRESUPUESTO

Para implementar el periódico comunitario online en el sector noreste, de la Vía a la Costa es importante contar con un presupuesto inicial y establecer las formas en que se financiará el proyecto a futuro.

A continuación presentamos los principales puntos del presupuesto para llevar a cabo la propuesta por medio de un cuadro grafico. Costo reales de proformas en anexos.

<b>COSTOS MATERIAL DE OFICINA Y PAPELERÍA</b>			
<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>COSTO APROXIMADO</b>	<b>CONSUMO MENSUAL</b>	<b>MONTO EN DÓLARES</b>
Bolígrafos	0	4	1
Marcadores	1	4	2
Libretas de Apuntes	2	3	5
Hojas Membretadas	15	1	15
Cartuchos para Impresora	25	2	50
Cartuchos de Respaldo	25	2	50
Torre de CD	4	1	4
Resmas de papel	4	2	8
Pilas para Grabadoras	6	2	12
<b>TOTAL</b>	<b>81</b>	<b>21</b>	<b>\$146</b>

Fuente: Las autora

Fotografía 28 cuadro de presupuesto utilería diaria

<b>PRESUPUESTO PROPUESTA</b>			
<b>IMPLEMENTOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>	<b>TOTAL</b>
Computador	2	\$ 720	\$ 1.440
Netbook	1	\$340	\$ 340
Impresora	1	\$ 80	\$ 80
Pendrive	2	\$ 15	\$ 30
Disco Duro Externo	2	\$ 87	\$ 174
Línea telefónica	2	\$ 50	\$ 100
Cámara Fotográfica	1	\$ 170	\$ 170
Muebles de oficina	2	\$ 40	\$ 80
Escritorio	1	\$ 55	\$ 55
Silla	4	\$ 15	\$ 60
Regulador de Voltaje	1	\$ 45	\$ 45
Aire Acondicionado	1	\$ 800	\$ 800
Pizarra	1	\$ 35	\$ 35
Archivadores	2	\$ 80	\$ 160
Movilización Diaria	X	\$ 20	\$ 20
Servicios Básicos	X	\$ 150	\$ 150
Difusión Actividades	X	\$ 600	\$ 600
Diseño del periódico online	1500	\$ 1500	\$ 1500
Mantenimiento mensual de página web	150	150	\$1800
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 5202</b>	<b>\$ 7639</b>

Fuente: Las autoras

Fotografía 29: cuadro para la creación del medio

## **6.9 IMPACTO**

El presente trabajo de investigación, realizado en el sector noreste de la Vía a la Costa tiene como finalidad otorgar información especializada para los residentes de dicho sector

La propuesta es de diseñar un periódico comunitario online dirigido los habitantes exclusivamente de las diferentes urbanizaciones del sector costero los habitantes de la Vía a la Costa, espera tener un impacto positivo además se facilitara hechos noticiosos de cultura, turismo, sociedad, entre otras temáticas relevantes.

Siendo el periódico online un medio de comunicación aquí se detallaran las noticias completamente es decir por el espacio que este abarca se desarrollara complemente una información. Agregando la opinión estrictamente del ciudadano

Las opciones de comunicación de alta tecnología se han vuelto por decir más baratas, y al momento de escucharlas, leerla y verlas son cómodos y practicas ya que por dispositivo móvil inteligente lo haces en cualquier lugar que te encuentre, mencionando también cualquier actividad que estés realizando. Lo contrario al medio tradicional. Más accesibles y más capaces de penetrar el mercado de lo que nunca habían sido

Muchas veces, los educadores centran su atención en el impacto a nivel nacional; Sin embargo, es posible utilizar los medios con impacto comunitario para alcanzar precisamente a los grupos especiales, a los individuos de alto impacto y a los grupos que hacen exitoso nuestro medio.

## 6.10 VALIDACIÓN

Los expertos consultaron en Comunicación Social, dieron a conocer su punto de vista a continuación se presenta por medio de un grafico los aspecto detallado de las propuesta están en anexos.

PERIODISTAS EXPERTOS	CRITERIOS COINCIDENTES	OBSERVACIONES
<p>Licenciado Federico Varas Chiquito <b>Catedrático de la Facultad de Periodismo Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil</b></p> <p>Licenciado Juan De la Cruz Ormaza <b>Catedrático de la Facultad de Periodismo Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil</b></p> <p>Licenciado José Chica Pincay <b>Catedrático de la Facultad de Periodismo Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ El título indica claramente el objeto de estudio.</li> <li>✓ La fundamentación expone con criterio el tema.</li> <li>✓ La factibilidad guarda coherencia con las preguntas de la investigación.</li> <li>✓ La Justificación expresa ordenadamente lo que se quiere lograr con la investigación.</li> <li>✓ Los objetivos expresan ordenadamente lo que se quiere lograr con la investigación y definen.</li> <li>✓ Los recursos adoptan adecuadamente las formulas de solución.</li> <li>✓ Los anexos y bibliografía guardan coherencia con las preguntas de investigación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Debe mantenerse el proyecto presentado</li> </ul>

## BIBLIOGRAFÍA

- ◆ Romero, C. (2008) Periodismo , Periodismo Ciudadano, Cali -Colombia, pagina 12 y 13
  
- ◆ Charilin, R. Caceres. A., (2008)Periodismo Latino, página 7
  
- ◆ Orione, J. (2011) Introducción al periodismo, medios gráficos y digitales, Buenos Aires- Argentina
  
- ◆ Ferreira Poeta, dramaturgo y escritor. Nacido en Sao Luís de Maranhao, Brasil, en 1930. Ferreira Gullar
  
- ◆ Cabrera J.(2007), Los usos de internet comunicación y sociedad, Guayaquil-Ecuador, paginas 20, 24, 29
  
- ◆ Ramírez G. (2007) Los usos de internet comunicación y sociedad, Guayaquil-Ecuador, paginas 7
  
- ◆ Cabrera V. (2007) Los usos de internet comunicación y sociedad, Guayaquil-Ecuador, paginas 5

## REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

- ♣ Cordero, F. (2012) Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación, Asamblea Nacional de la Republica del Ecuador, 5 de octubre del 2011  
http: [www.asambleanacional.gov.ec](http://www.asambleanacional.gov.ec)
  
- ♣ Wikipedia (2011). Enciclopedia libre. 16 de octubre del 2011 http: [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)
  
- ♣ Monografías, Tesis de periodismo comunitario. 18 de octubre del 2011  
http: [www.monografias.com](http://www.monografias.com)
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- ♣ Google, Primera radio comunitaria, 20 de diciembre del 2011  
<http://tucomunidadinfo.wordpress.com/2011/07/20/radio-sutatenza-la-primer-radioescuela-latinoamericana/>
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- ♣ La Asociación Nacional de Medios Comunitarios, Libres y Alternativos (ANMCLA) medios comunitario de Venezuela  
<http://www.medioscomunitarios.org>
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- ♣ Escuela popular d argentina, 20 de diciembre del 2011  
[www.escuelapopular.com](http://www.escuelapopular.com)
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- ♣ Periodismo comunitario en el sur de Chile: una experiencia de intervención social, 21 de diciembre del 2011  
<http://www.monografias.com/trabajos901/sur-chile-periodismo-comunitario/sur-chile-periodismo-comunitario.shtml>

**ANEXOS**

Guayaquil, 9 de Marzo del 2012

Ingeniero

Jimmy Alvarado Marín

**Presidente de la Asociación de Propietarios de Inmueble de la Urbanización Terra Nostra Macrolote B- Mallorca Ciudad.-**

De nuestras consideraciones:

Reciba un cordial saludo, al mismo tiempo para augurarle éxito en las funciones que muy aceptada desempeña, tengo a bien informarle como egresadas de la Facultad de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, previo a la obtención del título en Licenciadas en Periodismo. Es necesario la realización de unas encuestas a los habitantes de dicha etapa.

Es por tal motivo que solicitamos muy comedidamente se nos de permiso y certificación de haber realizado las encuestas a los pobladores de su sector, para seguir Tema de nuestra Tesis **Análisis del Impacto del periodismo comunitario en el sector noreste de la Vía a la Costa**, en el mismo que será de suma importancia para los encuestado

Por la favorable atención que se digne a la presente, anticipamos a Ud. Nuestro agradecimiento.

Sin otro particular se suscriben

Atentamente

Betzabe Vernaza

Silvia Hernández



ASOCIACIÓN DE PROPIETARIOS DE  
INMUEBLES DE LA URBANIZACION  
TERRA NOSTRA MACROLOTE B –  
MALLORCA – ACUERDO MINISTERIAL  
No. 9438

## CERTIFICADO

Por medio de la presente certifico que las estudiantes *Betzabe Vernaza Briones* y *Silvia Hernández Andrade* egresadas de la Facultad de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, realizaron en el Macro lote B – Mallorca una encuesta para la elaboración de su tesis denominada "ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL PERIODISMO COMUNITARIO EN LAS URBANIZACIONES DEL SECTOR NORESTE DE LA VÍA A LA COSTA".

Las señoritas pueden hacer uso de este certificado para los fines que estimen necesarios.

Atentamente,

**ING. JIMMY ALVARADO MARÍN**

**PRESIDENTE**

**ASOCIACIÓN DE PROPIETARIOS URBANIZACIÓN TERRA NOSTRA MACROLOTE B MALLORCA**

**MÓVIL (593-9) 4645 307**

Encuesta dirigido para los habitantes de la urbanización  
Terranostra etapa Mallorca

Objetivo: diseño de un periódico comunitario online

1.- ¿Qué tan informado esta de los problemas de su comunidad?

\_\_\_\_\_

2.- ¿Qué afinidad tiene con de los vecinos en su urbanización?

- excelente**
- buena**
- regular**
- mala**
- muy mala**

3.- ¿Cree usted que un periódico online lograría mejorar la comunicación con los habitantes?

Si\_\_\_\_\_ No:\_\_\_\_\_

4.- ¿Considera usted que un periódico local online seria una herramienta para expresar las necesidades de su comunidad?

Si\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_ No contesta\_\_\_\_\_ No sabe\_\_\_\_\_

5.- ¿Estaría usted dispuesto a colaborar con un periódico online?

Si\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_

6.- Le gustaría que este periódico fuera:

Especializado (un solo tema):\_\_\_\_\_ General (varios):\_\_\_\_\_

7.- ¿Cuál es el medio de comunicación que utiliza para estar informado?

radio\_\_\_\_\_ prensa\_\_\_\_\_ tv\_\_\_\_\_ internet\_\_\_\_\_ otro:\_\_\_\_\_

8.- ¿Con que frecuencia lee usted el periódico?

Todos los días\_\_\_\_\_ Los fines de semana\_\_\_\_\_ Nunca\_\_\_\_\_

9.- ¿El internet que utiliza quien lo suministra?

- domicilio**
- teléfono celular**
- lugar de trabajo**
- No utiliza**

10.- ¿De crearse el periódico que nombre le colocaría?

---

# DOCUMENTOS DE APOYO

## Equipo y materiales de oficina que utilizan las autoras



COMPUTADORA DE ESCRITORIO



DOS LAPTOP - DOS CELULARES - DOS PEN DRIVE



UNA CAMARA FOTOGRAFICA Y

UNA RADIO GRABADORA



UN VENTILADOR



UN AIRE ACONDICIONADO

Las autoras realizando encuestas en Terranostra etapa Mallorca



**VALIDACIONES**

Guayaquil, 28 de Marzo de 2012

**Lcda. Betty Abad Mora**  
**Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil**  
**En su despacho.-**

De mis consideraciones;

La presente tiene por objeto informarle que a pedido de las egresadas **BETZABE ADRIANA VERNAZA BRIONES** y **SILVIA PAOLA HERNÁNDEZ ANDRADE**, el 23 de marzo del presente año, y en mi calidad de docente de esta unidad se me solicitó la validación de la Propuesta del Proyecto de Investigación titulado **“DISEÑO DE UN PERIÓDICO COMUNITARIO ONLINE, EN EL SECTOR NORESTE DE LA VÍA A LA COSTA”**

Por lo que expongo el siguiente informe:

ITEMS	CRITERIOS DE VALIDACIÓN												OBSERVACIONES			
	Indica CLARAMENTE el objeto de estudio		Expone CON CRITERIO el tema		Guarda COHERENCIA con las preguntas de investigación.		Expresa ORDENADAMENTE lo que quiere lograr en la investigación.		Define CORRECTAMENTE conceptos del tema.		Adopta DECUADAMENTE formulas de solución.		Debe mantenerse	Debe modificarse	Debe eliminarse	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	Dma	Dmo	Delm	
TITULO	X													X		
FUNDAMENTACION			X											X		
FACTIBILIDAD					X									X		
JUSTIFICACION							X							X		
OBJETIVOS							X		X					X		
RECURSOS									X		X			X		
INFRAESTRUCTURA											X			X		
ANEXOS					X									X		
BIBLIOGRAFIA					X									X		

En resumen se cumple con:

Guayaquil, 23 de Marzo del 2012

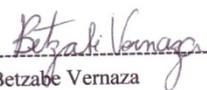
Licenciado:  
Juan de la Cruz  
**Catedrático de la facultad de Periodismo**  
**Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil**  
**Ciudad.-**

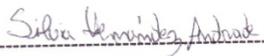
Estimado docente:

Reciba un cordial saludo. La presente es para solicitarle muy comedidamente, el informe de validación de la propuesta "Diseño de un Periódico Comunitario Online, en el sector noreste de la Vía a la Costa", realizada por las egresadas Betzabe Vernaza Briones y Silvia Hernández Andrade; previo a la obtención del título en Licenciadas en Periodismo.

Sin otro particular se suscriben

Atentamente

  
-----  
Betzabe Vernaza

  
-----  
Silvia Hernández

  
23 MAR 20 2012  
19:35.

Guayaquil, 23 de Marzo del 2012

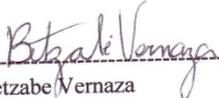
Licenciado:  
Federico Varas Chiquito  
**Catedrático de la facultad de Periodismo**  
**Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil**  
**Ciudad.-**

Estimado docente:

Reciba un cordial saludo. La presente es para solicitarle muy comedidamente, el informe de validación de la propuesta "Diseño de un Periódico Comunitario Online, en el sector noreste de la Vía a la Costa", realizada por las egresadas Betzabe Vernaza Briones y Silvia Hernández Andrade; previo a la obtención del título en Licenciadas en Periodismo.

Sin otro particular se suscriben

Atentamente

  
-----  
Betzabe Vernaza

  
-----  
Silvia Hernández

  
28/03/2012

Guayaquil, 28 de marzo de 2012

**Lcda. Betty Abad Mora**  
**Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil**  
**En su despacho.-**

De mis consideraciones;

La presente tiene por objeto informarle que a pedido de las egresadas **BETZABE ADRIANA VERNAZA BRIONES** y **SILVIA PAOLA HERNÁNDEZ ANDRADE**, el 23 de marzo del presente año, y en mi calidad de docente de esta unidad se me solicitó la validación de la Propuesta del Proyecto de Investigación titulado **“DISEÑO DE UN PERIÓDICO COMUNITARIO ONLINE, EN EL SECTOR NORESTE DE LA VÍA A LA COSTA”**

Por lo que expongo el siguiente informe:

ITEMS	CRITERIOS DE VALIDACIÓN										OBSERVACIONES					
	Indica CLARAMENTE el objeto de estudio		Expone CON CRITERIO el tema		Guarda COHERENCIA con las preguntas de investigación.		Expresa ORDENADAMENTE lo que quiere lograr en la investigación.		Define CORRECTAMENTE conceptos del tema.		Adopta DECUADAMENTE formulas de solución.		Debe mantenerse	Debe modificarse	Debe eliminarse	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	Dma	Dmo	Delm	
TITULO	X															X
FUNDAMENTACION			X													X
FACTIBILIDAD					X											X
JUSTIFICACION							X									X
OBJETIVOS							X		X							X
RECURSOS									X			X				X
INFRAESTRUCTURA											X					X
ANEXOS					X											X
BIBLIOGRAFIA					X											X

En resumen se cumple con:

Guayaquil, 28 de marzo de 2012

**Lcda. Betty Abad Mora**  
**Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil**  
**En su despacho.-**

De mis consideraciones;

La presente tiene por objeto informarle que a pedido de las egresadas **BETZABE ADRIANA VERNAZA BRIONES** y **SILVIA PAOLA HERNÁNDEZ ANDRADE**, el 23 de marzo del presente año, y en mi calidad de docente de esta unidad se me solicitó la validación de la Propuesta del Proyecto de Investigación titulado **“DISEÑO DE UN PERIÓDICO COMUNITARIO ONLINE, EN EL SECTOR NORESTE DE LA VÍA A LA COSTA”**

Por lo que expongo el siguiente informe:

ITEMS	CRITERIOS DE VALIDACIÓN										OBSERVACIONES						
	Indica CLARAMENTE el objeto de estudio		Expone CON CRITERIO el tema		Guarda COHERENCIA con las preguntas de investigación.		Expresa ORDENADAMENTE lo que quiere lograr en la investigación.		Define CORRECTAMENTE conceptos del tema.		Adopta DECUADAMENTE formulas de solución.		Debe mantenerse	Debe modificarse	Debe eliminarse		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	Dma	Dmo	DeIm		
TITULO	X															X	
FUNDAMENTACION			X														X
FACTIBILIDAD					X												X
JUSTIFICACION							X										X
OBJETIVOS							X		X								X
RECURSOS									X			X					X
INFRAESTRUCTURA											X						X
ANEXOS					X												X
BIBLIOGRAFIA					X												X

En resumen se cumple con:

## Facultad de Periodismo

Validez			
Observaciones Generales			
Según el registro de observaciones hace aplicable la propuesta			
Aplicable	<input checked="" type="checkbox"/>	No aplicable	Aplicable atendiendo a las observaciones
Validado por	Lcdo. José Chica Pincay		C.I.
Teléfono	094025841		0907646210



-----  
Lcdo. José Chica Pincay  
**DOCENTE**

**PROFORMAS**

Guayaquil, 09 de Mayo del 2012

**SEÑORITA**

**Silvia Hernandez**

**Ciudad.**

De mis consideraciones:

Por medio de la presente me es grato detallar nuestra propuesta:

**1.- Diseño de sitio web realizado en Joomla, con las siguientes estructuras o menú:**

- Nuestra empresa
- Organigrama
- Misión y visión
- Proyectos  
Mostrar proyectos ejecutados por año mediante vínculos (debe contener de las principales obras ejecutadas)
- Servicios ( Descripción de los servicios que ofrece)
- Contacto

**Parámetros:**

- Diseño de línea gráfica.
- Programación en Joomla.
- Montaje de información.

- El cliente proveerá la información a montar en el sitio web: textos, fotografías, videos.
- Esta propuesta no incluye hardware, licencias, cableados, servidores ni dominios.
- Tiempo de trabajo: 6 semanas a partir de la información entregada y aprobada por el cliente.
- Creación de sitio web en español.
- Manejador VirtueMart y Zoom para galería y productos
- Dominio valor anual (\$12.00 + iva)
- Hosting valor anual ( \$39.00 + iva)
- Nota: No se incluye programación PHP o base de datos.

**Valor: \$1.400,00**

**Más el 12% de IVA**

**Opción con programación en PHP, base de datos:**

- **Clientes de la empresa**, Materiales y Maquinarias Mostrar precio y foto de cada maquinaria y material, debe contener una pantalla donde el posible cliente llene sus datos y pueda enviar una solicitud de cotización al correo de la empresa.
- **Experiencia** (Debe contener la descripción de todas las obras y poder visualizar mediante un vinculo un archivo en pdf que corresponde a un certificado e cumplimiento de dicha obra.
- **Colaboradores** (Mostrar imágenes de los principales colaboradores)
- **Link Relacionados** (Vínculos a otras páginas web relacionadas)

La programación del sitio web incluye además de diseño de línea gráfica, diagramación y montaje de páginas, lo siguiente:

- Programación del sitio en HTML y PHP 5.0
- El cliente proveerá del servidor.
- La base de datos será MySQL provista por el hosting donde se alojará el sitio web.
- Compatibilidad con los navegadores de última generación (Internet Explores 7+ y Firefox 3+
- Creación del sitio en idioma español.
- El sitio web contará con una interfaz de administración que permitirá realizar las actualizaciones de la información. Esta información tendrá dos niveles de seguridad: usuario y administrador.
- Tiempo de trabajo: 10 semanas, a partir de la información proporcionada por el cliente.

**3.- Diseño de sitio web, con las siguientes estructuras o menú:**

- Nuestra empresa
- Organigrama
- Misión y visión
- Proyectos  
Mostrar proyectos ejecutados por año mediante vínculos (debe contener de las principales obras ejecutadas)
- Servicios ( Descripción de los servicios que ofrece)
- Contacto

**Parámetros:**

- Diseño de línea gráfica.
- Montaje de información.
- El cliente proveerá la información a montar en el sitio web: textos, fotografías, videos.
- Esta propuesta no incluye hardware, licencias, cableados, servidores ni dominios.
- Tiempo de trabajo: 6 semanas a partir de la información entregada y aprobada por el cliente.
- Creación de sitio web en español.
- Dominio valor anual (\$12.00 + iva)
- Hosting valor anual (\$39.00 + iva)
- Nota: No se incluye programación PHP o base de datos.

**Valor: \$300,00**

**Más el 12% de IVA.**

Forma de pago: 60% de anticipo y 40% contra entrega final.

En espera de su respuesta, quedo de usted.

Atentamente,

**Ing. Fabrizio Ayala Salazar**

**Gerente**