



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

**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE**  
**GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO**  
**EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

**ANÁLISIS COMPARATIVO: DE LO IMPRESO A LO DIGITAL CASO REVISTA**  
**JACCELY 2021**

**AUTOR:**

**ANGAMARCA BURBANO JORDY ARIEL**

**TUTOR:**

**MSC. ALEJANDRA TERESA CAMPI MALDONADO**

**BABAHOYO - ECUADOR**

**2022**



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



**DEDICATORIA**

A mis padres Joffre Angamarca y Karina Burbano quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

Finalmente, a todas las personas especiales que me acompañaron en esta etapa, aportando a mi formación tanto profesional y como ser humano.

**Jordy Ariel Angamarca Burbano**



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



**AGRADECIMIENTO**

Doy gracias a Dios por ser uno de mis mayores inspiradores y darme fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mis padres por ser ese pilar fundamental en mi vida y en mis estudios, viviré siempre agradecido por realizar el trabajo de ayudarme a formar, por aguantarme en los tiempos de coraje, por apoyarme incondicionalmente y por contagiarme de esa fuerza, valentía y decisión para afrontar lo que me propongo.

Quiero expresar mis agradecimientos a mis hermanos, mi sobrino y mis abuelos por estar siempre presentes, acompañándome y por el apoyo moral, que me brindaron a lo largo de esta etapa.

**Jordy Ariel Angamarca Burbano**

## RESUMEN

La última década sorprende por los visibles cambios en la forma y estructura de la comunicación, productos del avance en el campo de la telemática. Por lo tanto, es de imperiosa necesidad indagar acerca de cuál o cuáles son las modificaciones más sustanciales que han sufrido los periódicos y revista más influyentes de Ecuador en el ámbito de lo digital, al que debieron migrar tras las exigencias de la sociedad de la información. Como respuesta a esa necesidad, la presente investigación analiza los medios digitales.

La presente investigación tiene como objetivo realizar un análisis comparativo de la versión impresa frente a la digital de la Revista Jaccely 2021. De la misma manera la metodología que se aplica en este proyecto de investigación es de entrevista descriptiva como la observación directa, el análisis de redes sociales, entrevistas grupales y a la directora del medio; con un enfoque cualitativo y la revisión bibliográfica de las investigaciones científicas desarrolladas por la doctrina en el campo de estudio de referencia.

El estudio arroja como conclusión, entre otras cosas, que la escritura y las imágenes estáticas siguen constituyendo el lenguaje de los nuevos medios; Los periódicos y revistas limitan las opciones de micro y macro navegación; no obstante, la interacción con el público aumenta debido al vínculo que se genera entre éstos y los emisores a través de las redes sociales. Por lo tanto, se evidencian transformaciones que implican no solo la modificación de formatos y lenguajes, sino también de las estructuras mentales de quienes construyen y consumen información.

***Palabras Claves:*** Tecnología, Digital, Migración, Impreso, Multimedia

## SUMMARY

The last decade has surprised by the visible changes in the form and structure of communication, products of advances in the field of telematics. Therefore, it is urgently necessary to investigate which are the most substantial modifications that the most influential newspapers and magazines in Ecuador have undergone in the digital field, to which they had to migrate after the demands of the information society. In response to this need, this research analyzes digital media.

The objective of this research is to carry out a comparative analysis of the printed version versus the digital version of the Jaccely 2021 Magazine. In the same way, the methodology applied in this research project is a descriptive interview such as direct observation, the analysis of social networks, group interviews and the director of the media; with a qualitative approach and the bibliographical revision of the scientific investigations developed by the doctrine in the field of study of reference.

The study concludes, among other things, that writing and static images continue to constitute the language of new media; Newspapers and magazines limit micro and macro browsing options; however, the interaction with the public increases due to the link that is generated between them and the issuers through social networks. Therefore, transformations are evident that imply not only the modification of formats and languages, but also the mental structures of those who build and consume information.

***Keywords:*** *Technology, Digital, Migration, Printed, Multimedia*

## Índice General

### Contenido

<b>DEDICATORIA</b> .....	2
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	3
<b>RESUMEN</b> .....	4
<b>SUMMARY</b> .....	5
<b>I. Introducción</b> .....	7
<b>II. Justificación</b> .....	8
<b>III. Objetivo</b> .....	9
<b>IV. Sustentos Teóricos</b> .....	9
<b>V. Técnicas Aplicadas para la Recolección de la Información</b> .....	15
<b>1.1. Tabla comparativa de la Revista Jaccely</b> .....	17
<b>VI. Conclusiones</b> .....	18
<b>VII. Bibliografía</b> .....	19
<b>VIII. Anexos</b> .....	22
<b>1.1. Entrevista a la propietaria y productora de la revista</b> .....	22
<b>1.2. Entrevista referencial a los consumidores de la Revista digital Jaccely</b> .....	24

## **Introducción**

En este nuevo milenio nuestra sociedad avanza con paso agigantado, las nuevas plataformas y las formas de comunicarse han transformado parte de nuestras vidas y como parte del avance científico y tecnológico, ambos factores han revolucionado una nueva forma de comunicarse. Las transformaciones en el campo de la tecnología son visibles en nuestra sociedad (nuevas ideas, ilustraciones) ya que por medio de estas plataformas nos acercamos más a nuestros seres queridos como también nos relacionamos pública e íntimamente.

Tal es el universo de conocer este escenario que no solo basta con navegar, sino de conocer por medio de otras culturas de cerca lo que está pasando en cada país. Por semejanza, la investigación de este tema se ha adaptado como emigrante digital, porque han tenido que acomodarse a la necesidad de esta era digital, en un nuevo entorno y una nueva forma de ver y escuchar las noticias, los acontecimientos nacionales y mundiales.

En el caso de la revista Jaccely que es el epicentro de esta investigación, se dio por una necesidad imperiosa; fue la pandemia que hizo emigrar a lo digital. Comenzó adaptándolo al Facebook con nuevas ilustraciones, diseños y en vivos con entrevistas gratis. Gracias a su inmediatez y acogida en épocas pandemia, publicaba día a día contenido impactante, esta estrategia hizo que poco a poco los clientes y consumidores se adapten a este sistema.

Dado este fenómeno, la juventud actual ya conoce este sistema de las nuevas formas de comunicarse y lo sencillo que es para ellos crear su propio medio de comunicación. Si bien es cierto, las nuevas generaciones dominan este sistema digital y se les hace muy natural emprender nuevas formas de comunicación. Esto da a entender que el periodismo también está cambiado a una era más veraz rápida y eficaz. Una muestra relevante son los periódicos más influyentes de América y Europa (como El Universo en América Latina que en el año 1996 lanzó su dominio a sus lectores y en el caso de Europa que hizo su lanzamiento en el año 2012) que trasladan su cuerpo impreso a una versión digital.

**Línea de investigación:** Comunicación, lenguaje, y estilos periodísticos.

**Sub-línea de investigación:** Redacción Periodística, géneros, y narrativas digitales

## **Justificación**

El presente estudio pretende realizar un análisis comparativo entre la versión impresa y digital de los medios impresos en el caso específico de la revista Jaccely de la ciudad de Babahoyo y que, en una primera aproximación, se revisarán múltiples factores tales como la crisis del modelo de negocio, la competencia ejercida por los nuevos actores del sistema informativo o los cambios producidos en los últimos tiempos en el consumo de información mediática, así como los formatos en ambos casos. El estudio también intentará averiguar qué acciones se podrán emprender para revertir esta situación o a su vez que se convierta en otra sostenible.

Los medios impresos muestran texto e imágenes actuales que no se pueden cambiar inmediatamente. Por otro lado, los documentos digitales pueden ser revisados y actualizados, lo cual es una de sus grandes ventajas. La velocidad y la capacidad de comunicarse instantáneamente en Internet hacen que el contenido digital sea una fuente útil de información. Como resultado, innumerables textos compiten por la atención del usuario, lo que hace que la producción de contenido web sea un verdadero desafío. En cambio, la imprenta se ve menos afectada. Aunque su información se difunde más lentamente, tienden a tener una audiencia muy específica y menos competencia, lo que reduce su competencia por la atención.

Con el arribo del nuevo milenio, la revolución tecnológica en los medios de comunicación es especialmente aguda. El apareamiento de los medios digitales actuales como también los nuevos buscadores; Google, Yahoo!, Bing entre otros, junto a las redes sociales favoreció mucho ya que, con estos modos de elaboración y presentación se adoptaron nuevos consumidores de información con una audiencia masiva de lectores. En el caso del Ecuador muchas de las aperturas de las plataformas desde el 2012, se propagaron sin tener un modelo a seguir, como son los principios profesionales, la ética y de las leyes de comunicación.

Jaccely Bustamante tiene su primer tiraje con su revista física “Revista Jaccely” en el 2003, provocando un primer impacto en la sociedad babahoyense siendo esta la primera revista de información social, como es la moda, entrevistas, consejos de pareja, orientación sexual, entretenimiento, opiniones, información de farándula entre otras, siendo una de las revistas más leídas de toda la provincia, hasta el 2014 que incursiona en la política.

La directora y mentalizadora de Revista Jaccely suspende sus ejemplares por ética profesional, como periodista se aleja de este medio para dedicarse a la política abandonándola los 4 años que fue concejal, luego retoma en agosto 2019 donde hizo un nuevo relanzamiento.

A la raíz de la pandemia se creó la revista digital, no ha tenido el mismo impacto por cuestiones culturales, ya que en esta ciudad pocas personas tienen acceso al internet. Aun así, obteniendo una baja aceptación y a su vez tratando de surgir con estrategias de marketing, se observó que tuvo una acogida muy favorable. Si bien es cierto, si se habla del target en las ediciones impresas, no cuentan con la misma audiencia en lo digital, pero cada día mejoran la estrategia de poder llegar a alcanzar un público desde los 30 años hasta los 60 años aproximadamente.

Es de esencial importancia tratar de comprender que un medio de comunicación como una revista toma la decisión de querer innovar frente al ámbito competitivo de manera que pueda presentar una versión mejorada que cause efecto, atraiga a más personas y así poder llamar la atención de sus suscriptores.

## **Objetivo**

- Realizar un análisis comparativo de la versión impresa frente a la digital de la Revista Jaccely 2021

## **Sustentos Teóricos**

La presente investigación es sostenida por varios autores tratando de interpretar y consolidar las ideas entre la migración de lo impreso a lo digital, aplicándolo desde la investigación realizada en cuanto a la problemática del Ecuador y de nuestra provincia Los Ríos (Babahoyo), para esto se ha tomado diferentes citas que manifiestan el punto de vista del presente y futuro de las revistas analógicas y digitales.

“Una edición digital es una revista en línea distribuida en forma electrónica, que tiene un formato idéntico a la versión impresa” (Jiménez & Alvarado, 2015). Las ediciones digitales son a menudo llamados “facsimiles digitales” para subrayar el parecido con la versión impresa. Las ediciones digitales tienen la ventaja de reducir costos para el editor y el lector, evitando el tiempo, el costo de imprimir y entregar como una edición impresa.

“Para (Jiménez & Alvarado, 2015), los países en vía de desarrollo la tecnología es una herramienta, que para el productor o el dueño del medio digital es conveniente, pero, para el consumidor le resulta difícil acceder al internet y a una computadora haciéndolo muchas veces inalcanzable consumir una revista digital”.

Este formato digital se considera más amigable con el medio ambiente debido a la reducción del uso de papel y energía, haciendo referencia a uno de los objetivos planteados al inicio de la investigación. En estas ediciones también se ofrecen a menudo elementos interactivos, como hipervínculos, tanto dentro de la propia publicación y de otros recursos de Internet, que puede incorporar elementos multimedia como vídeos o animaciones para mejorar los artículos o anuncios. (Márquez, 2016).

“Para (Márquez, 2016), estar defendiendo el medio ambiente se torna importante; es verdad que se debe cuidar el ecosistema, no consumir papel, tinta, lo cual lo hace amigable para el medio ambiente. Para los países como el Ecuador en vía de desarrollo, se le torna un poco difícil el acceso al mecanismo de consumir una revista digital. Primero porque no hay conocimiento de manejo en los aparatos tecnológicos y, además, también tenemos una cultura arraizada en cuanto a lo impreso”.

Tradicionalmente, los editores de revistas se han basado en dos fuentes de ingresos: venta de publicidad y venta de revistas. Además, algunos editores están usando métodos de publicación electrónica tales como RSS para llegar a los lectores y les informará cuando las nuevas ediciones digitales están disponibles. Algunas revistas en línea se hacen llamar “webzine” o también suelen denominarse “e-zine”, este es un término más especializado que se utilizada para pequeñas revistas y boletines distribuidos por cualquier medio electrónico. (Jiménez & Alvarado, 2015)

“Para (Jiménez & Alvarado, 2015), en esta nueva era muchas son las aplicaciones, los modelos tecnológicos o los paradigmas de comunicación que usan los medios digitales, para tener una mayor ilustración en su medio digital. Como es RSS que es un formato de estructuración de datos en XML que facilita el acceso automatizado a la información contenida en un sitio de Internet. A esta forma de distribuir contenidos se le llama sindicación.”

Del mismo modo, algunas revistas en línea pueden referirse a sí mismos como "revistas electrónicas" o "e-revistas" para reflejar sus características demográficas de lectores o para capturar términos alternativos y la ortografía en las búsquedas en línea. Una revista en línea comparte algunas características con un blog y también con los periódicos en línea, pero por lo general se pueden distinguir por su enfoque de control editorial (Marcillo, 2013). Las revistas suelen tener editores que revisan las presentaciones y realizan una función de control de calidad para asegurar que todo el material cumple las expectativas de los editores y el número de lectores.

“Para (Marcillo, 2013), la revista digital deber ser ilustrada, en el contexto de la estética que la tecnología facilita para su mejor consumo, y su facilidad del lenguaje”.

Muchas revistas digitales de interés general ofrecen acceso gratuito a todos los aspectos de su contenido en línea, a pesar de que algunos editores han optado por exigir una cuota de suscripción para acceder a ciertos artículos o contenidos multimedia.

Estas revistas pueden generar ingresos basados en los anuncios de búsqueda dirigidos a los visitantes del sitio web, los anuncios de banners en línea o publicidad gráfica, afiliaciones a sitios web, anuncios clasificados, las capacidades de compra de productos, estas ediciones digitales suelen llevar especialmente en la portada la publicidad o en el mensaje de correo electrónico que alerta al suscriptor de la edición digital.

Las revistas digitales son iniciativas originales, debido a su bajo costo y objetivos iniciales no convencionales, pueden ser vistas como una tecnología de punta en referencia a las editoriales tradicionales. El alto costo de la publicación impresa y el gran número de cibernautas han animado a muchos editores para utilizar el sistema digital como un sistema de comercialización y distribución de contenidos y otro medio para entregar mensajes de sus anunciantes. Debido a que lo digital aporta flexibilidad y capacidad de distribución, supera con creces las capacidades de los medios de papel.

Estas revistas están ganando cada vez más popularidad entre los editores y los lectores por una variedad de razones. En primer lugar, los editores pueden ahorrar costes de impresión y envío por la publicación de una revista digital en lugar de una revista impresa o por simple sustitución de una parte de su tiraje con la publicación digital. En segundo lugar, los editores

son capaces de llegar a un nuevo público mediante la disponibilidad de su revista digital para el mundo en línea.

Por último, los editores pueden hacer más dinero mediante la venta de cosas tales como la circulación, anuncios, videos y encuestas en su revista digital (Jiménez & Alvarado, 2015). En resumen, la ventaja de las revistas digitales es enorme para el editor.

“Para (Jiménez & Alvarado, 2015), la tecnología es la herramienta perfecta entre la creatividad humana y la herramienta de trabajo, dándole esa estética en cualquiera de sus secciones, sociales, política, económica y, es más aplicándoles contenidos multimedia en cada una de las secciones para tener el mayor de las ilustraciones al ojo humano”.

Asistimos a un proceso de mediamorfosis en el que los periódicos impresos están experimentando una progresiva agonía y la Red parece ofrecer cada vez más versatilidad para desarrollar nuevas formas de comunicación acordes al siglo XXI. Lo que no está tan claro es cómo terminará el proceso de transición en el que los diarios vivan sus últimos días. (Díaz Nosty, 2013)

“Para (Díaz Nosty, 2013), estamos en medio de una mediamorfosis donde cada día aumenta la tecnología y a paso agigantado en los medios digitales con mucha eficiencia y rapidez, tanto desde el lenguaje como imagen. Es verdad que no se sabe cómo va a terminar, pero se avizora que lo digital será mucho más que imágenes o historia contada en cualquier género periodístico. Es como ver en 3D otra realidad.”

Todo parece indicar que el periódico será concebido, cada vez más, como “un producto lento y sin capacidad de respuesta” (Alterman, 2009, p42) por lo que su obsolescencia le impediría formar parte del ecosistema mediático.

“Para (Alterman, 2009, p42), la era del papel agoniza lentamente y se puede divisar una realidad tecnológica que avanza a través del tiempo y el espacio”.

Hay quien defiende que, aunque el futuro estará dominado por Internet, el papel convivirá durante un tiempo con publicaciones dirigidas a extremos sociales, en formato de prensa de referencia y populares gratuitos (Reig, 2011, p.288). Edo (2002, p17).

“Para (Reig, 2011, p.288). Edo (2002, p17), el papel se resiste a desaparecer y plantea que viviremos mucho más tiempo con aquello. Es verdad, el papel es importante en nuestra sociedad que a futuro será un lujo tenerlo”.

La extinción definitiva y más o menos inminente de los periódicos parece haber logrado el consenso de todas las partes. La regresión no es posible porque, dice López García (2015, p.100), “el público que se habitúa a establecer determinadas pautas de comportamiento en su relación con los medios difícilmente volverá después al ‘redil’ del sistema de comunicación anterior”.

“Para López García (2015, p.100), los periódicos están en vía de extinción dándole paso a la tecnología, pero mientras la tecnología no llegue a los países más pobres no tendremos desarrollo tecnológico y no habrá revistas, periódicos, canales ni radio digitales”.

En definitiva, aunque Rodríguez de las Heras (2004) planteó que el fenómeno de la migración digital no tiene por qué significar desertización analógica, a día de hoy para prensa en papel esa ha sido la consecuencia más inmediata. Sea como fuere el futuro a corto plazo, lo cierto es que el resultado de esta migración parece conducir al final de los periódicos tal y como los hemos conocido en los últimos dos siglos.

“Para Rodríguez de las Heras (2004), dice no debe existir ninguna convulsión entre la migración de lo impreso a lo digital. Pero el hombre es un ente de costumbre que se adapta a diferentes desafíos culturales, económicos y sociales.

La realidad ha desmontado incluso los pronósticos más optimistas como el de Rojo Villada (2003, p.99) que mantenía hace unos años que “los lectores necesitan el aspecto físico de la lectura y ninguna pantalla puede reemplazar el placer táctil del papel”.

“Para Rojo Villada (2003, p.99), la panorámica que observa es muy diferente a la actual. El acceso a tecnología se ha estandarizado, ha llegado la banda ancha y el soporte en el que empleamos más tiempo de navegación, ya no es un libro sino el Smartphone”.

La variedad de fuentes documentales consultadas (académicas, periodísticas) pretende facilitar la comprensión de la situación actual en que se encuentran los medios impresos dentro de un contexto más amplio y relacionado con este tema.

### **Entrevista:**

“La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar. Es un instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial” (Arias Galicia, 1976).

### **Entrevista descriptiva:**

Tratan de reconocer tanto el lenguaje del informante, así como la forma particular con la cual describe un acontecimiento.

Para realizar esta investigación se utilizó las técnicas de entrevista descriptiva donde se elaboró un plan de trabajo. (James Spradley, 2004).

Para la elaboración de la investigación se visitó el departamento de producción de Jaccely, donde conocimos las estructuras de cada sección. Antes de la producción hay una preproducción donde se elaboran nuevas ideas creativas, porque cada revista es diferente a otra.

### **Preproducción:**

Greene (2003) Comenta que la preproducción es toda una lluvia de ideas sobre el tema de la revista, de cada sección, cada fotografía, entrevista o de cada reportaje.

### **Producción:**

En la parte de la producción es donde se definen todas las ideas. Es la fabricación o elaboración de un producto mediante el trabajo. (Elwood S. Buffa. - "Modern Production/Operations Management (7th edition)"; New York, John Wiley & Sons, 1983.)

### **Diagramación:**

La diagramación, es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia). Estos elementos pueden estar en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas. Harris P. (2008).

## **Postproducción:**

La posproducción es la manipulación de material audiovisual, digital o ya sea analógico usado para el cine, para la publicidad, los programas de televisión o la radio. Fernández F. (2010).

## **Técnicas Aplicadas para la Recolección de la Información**

El presente estudio de caso análisis comparativo: de lo impreso a lo digital. Caso revista Jaccely 2021, empleará una investigación descriptiva con un enfoque cualitativo el mismo que usará las técnicas de investigación como:

- Respaldo bibliográfico que desde el punto de vista científico se ha recurrido a la bibliografía porque en ello encontraremos los sustentos teóricos que avalan las opiniones en este estudio de caso.
- La observación porque es una técnica de la investigación para respaldar la investigación. De esta manera se aplicará para evaluar a un grupo de personas que leen la revista.
- Entrevistas a profundidad con la directora del medio de comunicación revista Jaccely para conocer la historia y su evolución, además para comprender los conflictos y obstáculos que ha tenido a través del tiempo, el cual servirá para realizar la comparación de este análisis.
- Entrevistas grupales a personas porque a través de ellos se podrá comparar las necesidades que tiene la revista impresa de la digital. A lo largo del tiempo con este traspaso se pudo notar que los lectores estaban en proceso de adaptación en este nuevo cambio tecnológico.
- Análisis de las redes sociales: Se usará esta técnica porque son herramientas, plataformas, nuevos métodos tecnológicos para emprender nuevos modelos de comunicación digital que facilitan la comunicación y además tratar de conocer en profundidad el proceso que la llevo a recurrir el traspaso de lo impreso a lo digital y la evolución que tuvo desde aquella época.

## **Resultados Obtenidos**

El presente trabajo de investigación se logró recompilar información veraz de fuentes primarias sobre el caso de estudio análisis comparativo: de lo impreso a lo digital. Caso revista Jaccely 2021. Esta revista que se posiciona como una de las más leídas a nivel local y provincial.

- En evidencia de los resultados de las entrevistas grupales se pudo observar que, en las primeras ediciones la cultura del lector de la revista impresa era de muy pocas personas que consumían el medio de comunicación, primero por no tener acceso al internet y segundo, el consumidor no se acostumbraba a lo digital por poseer poco conocimiento tecnológico y eso es lo que hizo difícil el consumo de este producto.
- También evidenció que la mayoría de personas que consumen esta revista son mujeres, con un rango de 30-60 años de edad. Mediante la entrevista realizada a estos grupos, un gran porcentaje de las mujeres indicaron que lo que más le interesa son las secciones de farándula, salud que por su naturaleza las mujeres sienten atracción por esa sección y también comentaron que se haga conocer más los derechos de la mujer, es decir que se le dé más espacio al género femenino.
- Al realizar el análisis de las redes sociales se pudo verificar que la revista impresa estaba distribuida con un personal diferente en cada área como diagramación, diseño, editorial. En la parte publicitaria había un encargado de vender y receptar las publicidades. Ahora en lo digital se contrató un personal especializado en redes sociales. Hubo un cambio en la publicidad, antes la hacían de manera presencial, ahora con una llamada, un mensaje o un mail se puede contratar con facilidad. En lo impreso solo se manejaba con fotografías, en lo digital el consumidor tiene acceso a fotografías en 3d, entrevistas por Facebook live, videos y más.
- Por medio de la tecnología da la visión como revista digital de expandirse a nivel nacional e internacional. En el caso de la pandemia los medios de comunicación se afectaron y se vieron en la obligación de emplear nuevas estrategias tecnológicas y estrategias de mercadeo para que además de innovar, poder atraer nuevas generaciones.

- En la entrevista realizada a la directora de revista Jaccely se evidenció que el cambio de lo físico a lo digital fue brusco, Jaccely comenta que tuvieron que por obligación adaptarse a los nuevos métodos tecnológicos, contratar un nuevo personal especializado. Era necesario para poder migrar de la mejor manera.

### Tabla comparativa de la Revista Jaccely

Tabla 1. Tabla comparativa

Revista Jaccely Impresa		Revista Jaccely Digital	
Pro	Contra	Pro	Contra
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La revista Jaccely tiene cobertura dentro y fuera de la provincia.</li> <li>• El precio de la revista Jaccely es asequible al consumidor.</li> <li>• Alto nivel de receptividad del público objetivo.</li> <li>• Cada edición nueva tiene un diseño mejorado que el anterior, la tecnología avanza por eso año a año se innova con nuevos diseños de acorde al tiempo y los sucesos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiene sus limitaciones dentro y fuera del país.</li> <li>• El número del tiraje es limitado.</li> <li>• Por fallas mecánicas la revista no puede estar lista a la fecha estimada. Por ejemplo: Falta de energía eléctrica, falta de insumos o por daños colaterales en maquinaria.</li> <li>• En lo impreso la revista era totalmente fija y no había retroalimentación del contenido emitido.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No solo tiene acceso a nivel provincial, sino que nacional como internacional.</li> <li>• Al ser digital tiene acceso en cualquier lugar como también puede encontrarla a cualquier hora, día, año.</li> <li>• La presentación de contenidos es variada con referencia a ilustraciones con plataformas de reproducción visual.</li> <li>• Los seguidores de la revista están en constante aprendizaje de estas nuevas plataformas para poder dominar el acceso a la revista</li> <li>• En lo digital se puede adquirir una retroalimentación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incomodidad de lectura en pantallas si no se está acostumbrado a ello.</li> <li>• Sin acceso a internet se limita el consumo del medio.</li> <li>• Publicación de contenidos muchas veces falso.</li> </ul>

		mediante la interacción con los seguidores.	
--	--	---	--

**Nota:** Esta tabla muestra los pros y contra de la revista Jaccely impresa vs Revista Jaccely digital.

## Conclusiones

En este estudio se llegó a la conclusión que no solamente fue el avance tecnológico sino más bien la crisis económica y la pandemia que afectó a los medios. En lo tecnológico cada día se innova, se descubre nuevos avances, nuevas aplicaciones y plataformas, lo digital nos da a saber en segundo lo que está pasando en el universo. La crisis económica nos ha hecho abaratar costos en insumos básicos de la revista impresa no quedó de otra que emprender nuevas estrategias de supervivencia.

El descenso en picado del número de tiradas, de la difusión y, sobre todo, del número de lectores anuncia la llegada de una transformación profunda de los modelos informativos y de negocio sobre los que se han sustentado hasta fechas recientes de este tipo de prensa.

En Ecuador, el modelo de negocio basado en la obtención de ingresos por publicidad ha cambiado. Los anunciantes se dirigen a su público objetivo mediante los espacios ofrecidos por los medios de comunicación para así atraer a más y mejores lectores.

La prensa escrita, en su empeño por mantener constante su número de lectores ha ido sumándose a una nueva tendencia que homogeniza la información y la asimila a la elaborada por los medios digitales y audiovisuales.

Los nuevos modelos de comunicación digital, las nuevas estrategias y plataformas en el campo de la tecnología, nos ha obligado a estar a la vanguardia. Los modelos educativos han sido modificados teniendo que acomodarse a la necesidad de la era digital. Esta estrategia hizo que poco a poco los clientes y consumidores se adapten al nuevo sistema.

## Bibliografía

ALBERTO, R. (2008). Estrategias de Comunicación. Barcelona: Ariel Comunicación. pp. 416-517.

ÁLVAREZ, T. (2001). Algunos detalles de la publicidad en Internet, su evolución y diferencias con la tradicional.

Recuperado de: [www.desarrolloweb.com/articulos/426.php](http://www.desarrolloweb.com/articulos/426.php).

BALLESTA, J. (2002). Medios de comunicación para una sociedad global. Murcia: Universidad de Murcia.

BÁRCENA, T. & BRONDO, M. (1998). Internet: una nueva visión en la planificación de medio. Marketing y Ventas para Directivos, 18 (131), pp. 36-48.

BASSAT, L. (2003). Migración de los medios de comunicación tradicionales. Barcelona: De Bolsillo. p. 54.

BONVÍN, M.A. (2005). Medios de comunicación. Historia. Migración a lo digital. Barcelona: Octaedro, S.L.

BRIÑOL, P., HORCAJO, J., BECERRA, A., FALCES, C. & SIERRA, B. (2002). Cambio de actitudes implícitas. Psicothema. Vol. 14, nº 4, pp. 771-775.

CARRILLO, M.V. (2005). Reestructuras del sistema publicitario. Barcelona: Editorial Ariel. pp.275-282

CELAYA, J. (2009). La empresa en la Web 2.0. Barcelona: Gestión 2000. pp. 17 - 27.

CORTES, M. (2009) "Claves del nuevo marketing. Cómo sacarle partido a la Web 2.0", Madrid: Gestión 2000, pp. 18-28.

DAWIDOWSKA, K. (2002). Surfing 9-to-5- personal Internet Usage at Work American Demographics", Estados Unidos: American Demographics, vol. 24, número 5, p20.

DELGADO, A. (2009). La revolución de la prensa digital. Quince años de prensa digital en España. Madrid: Cuadernos de comunicación. Evoca, pp. 11-15.

DÍAZ, B. (1996). El mito tecnológico y la sociedad democrática, Madrid: Editorial Complutense.

FRASER, C. BURCHELL, B. (2001). Introducing Social Psychology. Oxford: Polity Press.

GÓMEZ, P. (2010). Prensa e Internet, ¿dónde está el negocio? Madrid: Medios ON y Economía Digital. pp.5-6

GÓMEZ, P. (2010). Prensa e Internet, ¿dónde está el negocio? Madrid: Medios ON y Economía Digital. pp.250 – 251. UCM Página 420

- KIENTZ, A. (1976). Para analizar los Mass Media. El análisis de contenido. Valencia: Fernando Torres.
- KOTLER, P. (2012). Marketing 3.0. Madrid: LID.
- KRIPPENDORFF, K. (1990). Metodología de análisis de contenido. Teoría y Práctica. Buenos Aires: Paidós Comunicación.
- LASWELL, H. (1927). Propaganda Technique in the World War. New York: University of Michigan.
- LEVINE, R. (2000). El Manifiesto Cluetrain. Ediciones Deusto.
- MAQUEIRA, JM. (2009). Marketing 2.0. El nuevo Marketing en la Web de las Redes Sociales. Madrid: RA-MA Editorial. pp. 11 – 12.
- MCLUCHAN, M. (1967). El medio es el mensaje. Estados Unidos: Bantam Books, Inc.
- MUCCHIELLI, R. (1972). La dinámica de los grupos. Madrid: Ibérico Europea de Ediciones S.A.
- MUÑOZ, R. (2009). La revolución de la prensa digital. La crisis de los grupos de media. Madrid: Cuadernos de comunicación Evoca, pp. 5-9.
- OGILVY, D. (2001). Ogilvy & La Publicidad. Barcelona: Folio. p. 70.
- O'REILLY, T. (2006). Qué es Web 2.0. Patrones del diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del Software. Tribuna, Boletín de la Sociedad de la Información de Telefónica.
- PIÑUEL, J.L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. Madrid: Estudios de Sociolingüística, pp. 1-42.
- RAMOS, M. (2005). Reestructura del sistema publicitario. Barcelona: Ariel Comunicación. pp. 211-212.
- RODRÍGEZ, D. (2010). Publicidad on line: las claves del éxito en Internet. Madrid: ESIC.
- RON, R.; ÁLVAREZ, A. & NUÑEZ, P. (2012). Los efectos del marketing digital en niños y jóvenes. Smartphones y tablets ¿Enseñan o distraen? Madrid: ESIC, p.157
- RUSSELL, J. & LANE W. (2002). Advertising Procedure. Upper Saddle River. Upper Saddle River: Prentice Hall.
- SÁDABA, C. (2005). Reestructura del sistema publicitario. Barcelona: Ariel Comunicación. pp.185 - 205. UCM Página 421

SALAVERRÍA, R. (2005). Diez años de Cibermedios. Pamplona: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

TRAVIESO, M. (2003). Las publicaciones electrónicas: una revolución en el siglo XXI. La Habana: Biblioteca Virtual en Salud. Recuperado de:

[http://www.bvs.sld.cu/revistas/aci/vol11\\_2\\_03/aci010203.htm](http://www.bvs.sld.cu/revistas/aci/vol11_2_03/aci010203.htm)

TSAO, J. & SIBLEY, S. (2004). Displacement and Reinforcement Effects of the Internet and Other Media as Sources of Advertising Information. *Journal of Advertising Research*, pp. 126-142.

ZEFF, R. & ARONSON, B. (1997). *Advertising on the Internet*. USA: Wiley Computer Publishing.

## **Anexos**

### **Entrevista a la propietaria y productora de la revista**

En esta investigación se me hizo necesario realizarle una entrevista a la propietaria y productora de Revista Jaccely por su ahínco y exitosa producción en el tiraje físico como digital.

#### **¿Cuáles fueron los obstáculos que encontró al crear por primera vez la revista física?**

En la vida siempre se presentan inconvenientes, pero depende de ti como puedes sortearlos, saltarte de ellos, prácticamente me atrevo a decir que obstáculos no encontré en mi vida, porque siempre estuve con una mente muy positiva y quizás algunos tropezones como personas que me decían que me iban a dar la publicidad y al llegar el momento no me la daban, personas que yo tenía que ir a entrevistar a una hora determinada y me decían que ese día no por algún motivo que vaya otro día y de allí no encontré ningún otro obstáculo, eran cosas extremadamente sencillas, más eran mis ganas de trabajar, de sacar adelante este proyecto que vencieron todos los pequeños obstáculos que pudieron presentarse

#### **¿Cuál fue el efecto que hubo con la migración de lo físico a lo digital?**

Bueno, primero que yo estaba acostumbrada y la mayoría de la sociedad a la que llegaba la revista estaba acostumbrada a coger las hojas y voltearlas, e inclusive hasta percibir el olor de la revista.

Entonces hubo un cambio muy drástico y no esperado, se nos vino la pandemia y por eso yo tuve que hacer el traspaso y acá poder nuevamente ir empezando poco a poco a retomar y ya hacerlo presencial, pero el cambio entre lo físico a lo digital fue bastante duro, yo no estaba tan acostumbrada a eso. Fue como volver a prepararme, fue como volver a estudiar y me doy cuenta que las personas cada día se suman a la tecnología y se están poniendo acorde a la tecnología entonces dije; yo no me puedo quedar atrás y las personas empezaron a aceptarla.

Ahora en lo digital en lo que es la promoción es mucho más rápido, porque en lo impreso tarda días. Así que el cambio no fue tan brusco, pero creo yo que es porque ya las personas ya estaban como preparadas o preparándose para aquello y la recibieron de la misma manera que la recibían en lo físico.

**Según las opiniones comentadas por sus lectores ¿Cuál fue la reacción de ellos sobre esta migración? (Repregunta)**

Fue muy penoso como no solo lo que me ocurrió, sino a muchos medios de comunicación que dejamos de circular, porque las personas en Babahoyo nos unen mucho el sentimentalismo y me atrevo a decir que el 50% de las personas que ahora están con Revista Jaccely virtual es otro público y no son las mismas personas que compraba la revista. Tengo otro público más, pero eso si es la misma edad, me siguen personas de 30 años, de 40 años, 60 años etc.

**¿Cómo pauta la publicidad para la revista digital?**

Las ventas para la revista digital son normales como cualquier vendedor, en la ilustración de las portadas y secciones son programadas e ilustradas desde el punto de vista gráfico que conlleva a cada publicidad pautada

**¿Cuáles son sus consumidores de la revista digital?**

Por lo general nuestros consumidores son las mujeres. Tenemos un rango de consumidores de 30 a 60 años de edad. Los hombres son ese grupo minoritario que leen la revista digital, ya sea porque el tiempo y la falta de cultura por leer no están acostumbrados a lo digital.

**¿Cuál va a ser el futuro de la Revista Jaccely?**

El futuro de la revista para mi saber; está ya enfocada en lo digital porque tiene la facilidad de expandirse a otros países y quizás tendría que elaborarla a distintos idiomas para una satisfacción del consumidor. Es una puerta abierta para el Ecuador que quieran conocer y también para que conozcan nuestra identidad como las costumbres y tradiciones.

Elaborado por: Jordy Ariel Angamarca Burbano

## Entrevista referencial a los consumidores de la Revista digital Jaccely

### Anexo N° 1

**Fecha:** 13/03/2022

**Hora de Inicio:** 15:00 pm

**Lugar:** Exteriores (en su taxi)

**Sr. Joffre Camacho – 47 años (Taxista seguidor de la revista)**

Pregunta	Respuesta
¿Desde cuándo usted lee la revista Jaccely?	La única vez que yo leí revista Jaccely, cuando mi hija Stephy participó en un reality de la ciudad. Recuerdo que fue en el año 2013. Luego por pocos años deje de leerla y nuevamente la estoy leyendo.
¿Cuáles de las secciones de la revista le gusta más?	Me gusta más la sección farándula, porque se encuentran noticias entretenidas y divertidas.
¿Qué reacción tuvo usted en el proceso del cambio de lo físico a lo digital?	En la revista impresa uno podía palpar y sentir el olor del papel, ya que eso provocaba leerla de principio a fin.
Usted ¿Qué recomendaría a Jaccely posibles cambios de la revista?	Recomendaría ponerle colores más llamativos y que realice entrevistas jocosas, claro está que no saliéndose de lo respetuoso con gente nueva y joven.

Elaborado por: Jordy Ariel Angamarca Burbano

**Anexo N° 2**

**Fecha:** 13/03/2022

**Hora de Inicio:** 15:30 pm

**Lugar:** Babahoyo, exteriores.

**Sra. Gisella Garcés – 55 años (seguidora de la revista)**

Pregunta	Respuesta
<b>¿Desde cuándo usted lee la revista Jaccely?</b>	Tengo más de un año leyendo la revista impresa y ahora digital.
<b>¿Cuáles de las secciones de la revista le gusta más?</b>	Empoderamiento de las mujeres, farándula y salud.
<b>¿Qué reacción tuvo usted en el proceso del cambio de lo físico a lo digital?</b>	Reacción como tal casi no mucha, pero si beneplácito por mi amiga y por brindar un medio acorde a la era digital.
<b>Usted ¿Qué recomendaría a Jaccely posibles cambios de la revista?</b>	Que incluya más contenido para jóvenes y en especial realce a la lucha de las mujeres, una sección en la que se destaque la igualdad e inclusión.

Elaborado por: Jordy Ariel Angamarca Burbano

**Anexo N° 3**

**Fecha:** 13/03/2022

**Hora de Inicio:** 16:00 pm

**Lugar:** Babahoyo, exteriores.

**Sra. Mercedes Jiménez – 40 años (seguidora de la revista)**

Pregunta	Respuesta
<b>¿Desde cuándo usted lee la revista Jaccely?</b>	Conozco la revista desde hace 8 años
<b>¿Cuáles de las secciones de la revista le gusta más?</b>	La sección de farándula, salud y social.
<b>¿Qué reacción tuvo usted en el proceso del cambio de lo físico a lo digital?</b>	Me impactó mucho porque muchos tuvimos que por obligación actualizarnos para poder afrontar el proceso virtual
<b>Usted ¿Qué recomendaría a Jaccely posibles cambios de la revista?</b>	Pienso y considero que por ahora van bien. Ya que en si la revista Jaccely tiene como fin dar a conocer o concientizar aspectos de todos los temas además la entrega dedicación a la ciudadanía y el compromiso q le pone a la misma, la hace interesante con deseos o la necesidad de ver nuevas ediciones para alimentar de conocimiento no sólo a adultos sino a jóvenes.

Elaborado por: Jordy Ariel Angamarca Burbano

**Anexo N° 4**

**Fecha:** 13/03/2022

**Hora de Inicio:** 16:30 pm

**Lugar:** Babahoyo, exteriores.

**Sra. Susana Henríquez – 50 años (seguidora de la revista)**

<b>Pregunta</b>	<b>Respuesta</b>
<b>¿Desde cuándo usted lee la revista Jaccely?</b>	Hace 7 años conocí la revista y me pareció muy entretenida e informativa
<b>¿Cuáles de las secciones de la revista le gusta más?</b>	La sección de artículos, salud y social.
<b>¿Qué reacción tuvo usted en el proceso del cambio de lo físico a lo digital?</b>	No tuve ninguna reacción porque es lo que se avecinaba, pues la tecnología cada vez se va actualizando y en cualquier momento tenía que pasar.
<b>Usted ¿Qué recomendaría a Jaccely posibles cambios de la revista?</b>	Me gustaría que implemente temas familiares, para los jóvenes y resaltar los derechos para con las mujeres.

Elaborado por: Jordy Ariel Angamarca Burbano

**Anexo N° 5**

**Fecha:** 14/03/2022

**Hora de Inicio:** 17:00 pm

**Lugar:** Babahoyo, exteriores.

**Sr. Bolívar Moyano – 35 años (seguidor de la revista)**

Pregunta	Respuesta
<b>¿Desde cuándo usted lee la revista Jaccely?</b>	A partir del 2004...
<b>¿Cuáles de las secciones de la revista le gusta más?</b>	La sesión de salud, por todos los temas médicos y las opiniones de expertos, además de recomendaciones.
<b>¿Qué reacción tuvo usted en el proceso del cambio de lo físico a lo digital?</b>	Es una buena decisión por la inmediatez informativa, además de ofrecer varias opciones para los lectores en impreso y digital. Con el digital van abarcar nuevos nichos como el de los jóvenes que optan más por lo digital.
<b>Usted ¿Qué recomendaría a Jaccely posibles cambios de la revista?</b>	Realizar panfletos digitales de cada uno de los reportajes, que es una opción muy atractiva en lo visual para los lectores.

Elaborado por: Jordy Ariel Angamarca Burbano

**Anexo N° 6**

**Fecha:** 14/03/2022

**Hora de Inicio:** 17:30 pm

**Lugar:** En interiores (su hogar)

**Sra. Consuelo Jácome– 45 años (seguidora de la revista)**

Pregunta	Respuesta
<b>¿Desde cuándo usted lee la revista Jaccely?</b>	Desde sus inicios en el 2004 soy su fiel seguidora.
<b>¿Cuáles de las secciones de la revista le gusta más?</b>	En la sección de entrevistas a emprendedores, salud y farándula.
<b>¿Qué reacción tuvo usted en el proceso del cambio de lo físico a lo digital?</b>	En mi caso no estoy tan actualizada con la tecnología si me costó un poco, pero creo yo que este cambio es para un bien.
<b>Usted ¿Qué recomendaría a Jaccely posibles cambios de la revista?</b>	Personalmente no me gusta que haya muchas fotos de los eventos sociales, pero eso es lo que vende.

Elaborado por: Jordy Ariel Angamarca Burbano







# JADELY

NOVIEMBRE - DICIEMBRE 2013

AGENDA  
TURÍSTICA  
**2014**  
SOL, VIAJES  
Y TURISMO

DECORACIÓN:  
*Mirian*  
Armijo Mora

*de Meseros*  
**a Chef**

*Los*  
**Karaokes**  
*de Babahoyo*

**Mónica**  
**Salazar**  
Mujer que **deja huellas**

Edición 106 PVP: \$2.00

# JACCELY

EDICIÓN 128

**SALUD  
A TRAVÉS  
DE LAS DIETAS**

POR: JUNE ORELLANA

**CIBELLY  
VERA**

RUMBO AL MISS WORLD  
& MISS SUPRANATIONAL

**HISTORIAS  
DE AMOR**

DETALLES QUE  
ENAMORAN

**ILUSIÓN O  
AMOR?**

5 CLAVES  
PARA SABERLO

**& Noelia Morán  
& Anamari Filian**

**ORGULLOS BABAHOYENSES**

P.V.P.: \$2.00

## CONTENIDO

- 08** INQUIETUD  
*¿Por qué dejar el biberón?*
- 16** ADOLESCENTES  
*¿Por qué algunos delinquen?*
- 20** EDAD  
*¿Influye en la relación de pareja?*
- 32** SÁBILA  
*Una planta milagrosa*
- 46** REPORTAJE  
*De meseros a chef's*
- 62** KARAOKE  
*Una forma sana de distracción*

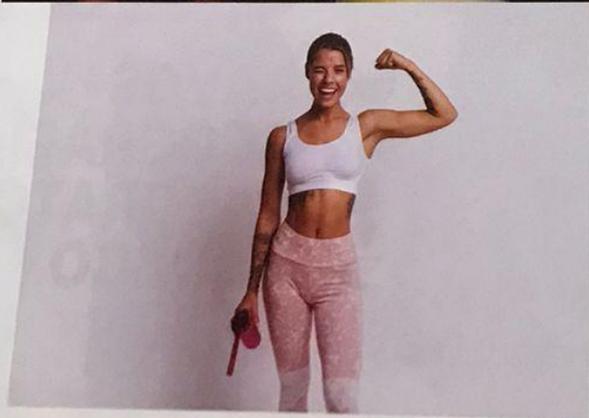
## JACCELY Staff

EDITORIA GENERAL  
SILVIA GAVILANEZ CASTRO  
053 1107065  
DISEÑO GRÁFICO  
SCHUBERT CASTRO  
JOHN ANDALUZ  
ARTURO YEROVI  
EDITOR  
CARLOS SUDARIO  
VENTAS  
VANESSA CASTRO  
KAINA YEPEZ  
ASESORA DE MODA  
KASSANDRA SUÁREZ  
COLABORADOR  
ISMERIO BUSTAMANTE  
ALEJANDRA ONOFRE  
KARINA ANDRADE  
CORRESPONSAL  
JUAN SOLARTE  
FOTOGRAFÍA  
MANUEL PAZMIÑO  
FOTO DE PORTADA  
CHANTAL FONTAINE  
PORTADA  
MÓNICA SALAZAR

PUNTOS DE VENTA  
COMISARIATO ESCOLAR  
ROMANO MARKET  
MINI MARKET ANTHONI (VIA UNIVERSITARIA)  
BAJOS DEL MUNICIPIO DE BABAHOYO  
BAZAR ANALÚ  
BAZAR JENNY 3 (CDLA. EL MAMEY)

JACCELY Nº 106 NOVIEMBRE 2013. Jaccely es una revista editada por Jaccely Ediciones, Calle 5 de Junio 1418 entre Mejía y Barreiro - Babahoyo  
Teléfonos: (593) 052731969 (593) 0990052666. E-mail: jaccelyeditorial@hotmail.com - jaccelyediciones@hotmail.com. Dirige: Jaccely Bustamante  
Para distribución en librerías, pedir el listado en jaccelyeditorial@hotmail.com. Queda prohibida expresamente la reproducción total o parcial  
de textos, dibujos o fotografías publicadas en este número sin permiso escrito de jaccelyediciones. Todos los derechos de los textos son propiedad  
exclusiva de los autores mencionados en cada página o sección. La opinión reflejada por cada dibujante o escritor refleja únicamente  
sus ideas personales. En ningún número revista jaccely se hace responsable de estas, aunque el respeto por la libertad de expresión de sus  
colaboradores es total.

## CONTENIDO



**06** Disfonía. cómo evitarla y mantener una voz saludable.

**08** Dermatología: Manchas oscuras en la cara

**10** Nutrición: Salud a través de las dietas

**12 - 13** Actualidad: Diabetes con crecimiento alarmante

**14** Reportaje: Dr. César Burgos

**16** Reportaje: Familia Campbell - Burgos

**17** Reportaje: Familia Mosquera - Silva

**18** Artículo Legal: Consecuencias de conducir bajo efectos del alcohol

**20** Reportaje: Familia Alvarado - Aguilera

**21** Reportaje: Familia Icaza - Vergara

**22** Receta: Bizcocho de chocolate

**24** Reportaje: Kraaker, donde los niños son más felices

**26** Reportaje: Familia Fuentes - Rosado

**27** Reportaje: Familia Almeida - Fajardo

**30** 31 Cibelly: Al Miss World

**32** ¿Amor o ilusión? 5 claves para reconocerlo

**34 - 35** Nuestra Portada: Anamari Filian

**36 - 37** Nuestra Portada: Noelia Morán

**38** Contenido Streaming

**40 - 41** Personaje destacado: Msc. Amada Zambrano

**42 - 43** Reportaje: Victor García

**44** Seguridad: Cultura del autocuidado

**46** Mascotas: Problemas dentales en perros y gatos

**48** Instagram activa etiqueta para combatir la depresión

**50** Fitness: Rutina del armadillo

**52 - 53** Reportaje: Kevin Mora



## ¡ESTAMOS DE REGRESO!

Valentía, cariño y responsabilidad, son palabras que sintetizan el regreso de la edición impresa de Revista Jaccely. Llegamos en un mes cargado de buenos sentimientos y eso nos convierte aún más en especial.

Con mucha alegría y grandes expectativas, retomamos este proyecto periodístico con un formato totalmente actualizado, pero con la misma esencia de la que ustedes, queridos lectores, nos acogieron durante muchos años cuando estuvimos en circulación ininterrumpida.

El número elevado de impresión y venta de nuestra revista en cada edición, nos mostraba el resultado del cariño del público lector de Babahoyo y cantones aledaños. Estuvimos en los mejores eventos de nuestra localidad, celebramos aniversarios y cumpleaños que fueron plasmados en nuestras páginas y que motivaron nuestras elegantes portadas. Esa confianza y ese apoyo permanente, lo retribuiremos ahora con muchas sorpresas que hemos contemplado en este nuevo formato de Revista Jaccely.

Con el generoso apoyo de nuestros auspiciantes, regresamos y nos volvemos a encontrar en las calles, en los negocios, en hogares, en las empresas..., donde siempre hemos estado presentes con nuestras marcas y productos. Siempre adelante y brindándole información variada, positiva y útil para Usted.

¡Estamos de regreso y será para quedarnos, si así Dios lo permite!

Leda Jaccely Bustamante Huilcaqi.

# La Sábila

## Una planta milagrosa

Es cierto que el hombre, en su afán por comercializar los productos derivados de algunas plantas medicinales, en ocasiones les atribuye a las mismas tal cantidad de propiedades curativas que es preciso pensar que pudiera responder más a la propaganda que a la realidad.

Sin embargo, existe una planta cuya demanda ha ido creciendo y si bien se le atribuyen magníficas propiedades, éstas son avaladas por investigaciones científicas. Su nombre es aloe vera, y también es conocida como sábila. Luego de enumerarse sus beneficios, se ha comprobado que su extraordinaria composición es ideal para ser aprovechada en la lucha contra varios males y enfermedades. Y todo esto, algunos la consideran la planta milagrosa.

### El aloe vera o sábila

Esta maravillosa planta, es originaria de África, es la especie más eficaz en cuanto a propiedades medicinales se refiere. Los conocimientos sobre estas propiedades datan del Antiguo Egipto. Varios dibujos y documentos lo corroboran. Parece que desde épocas remotas se usaba como cicatrizante de color verde que pueden alcanzar hasta 70 cm de altura y 7 cm de ancho, con bordes espinosos, y su interior es una pulpa gelatinosa con un sabor muy amargo. Esta, junto al jugo resinoso que produce, contiene las propiedades más importantes tanto cosméticas como terapéuticas.

### Composición de la sábila

#### Entre los componentes principales que la hacen tan benéficos tenemos:

- Vitaminas: A, B1, B2, B6, B12 y C.
- Minerales: Hierro, magnesio, calcio, potasio y sodio, entre otros.
- Aminoácidos: Ácido fólico, cobre, leucina, felinamina y otros.
- Polisacáridos: Celulosa, glucoasa, galactosa y otros.
- Enzimas: Lipasa, oxodasa y catalasa, entre otros.
- Presenta además ácidos grasos y otros componentes.



### Propiedades del aloe vera

Las propiedades terapéuticas y cosméticas de esta planta se optimizan a partir de los tres años de su vida. Su extraordinaria composición ejerce una función antimanchadora, cicatrizante bactericida digestiva, regeneradora celular antihéptica, antiséptica, coagulante antivital, analgésica y antiinflamatoria, entre otras.

Numerosos estudios dan fe de sus propiedades curativas. Luego de una investigación, el Instituto de Ciencia y Medicina Linus Pauling en California, EE.UU., comprobó las ventajas del consumo de la sábila sobre el aparato digestivo. Se determinó que consumiendo diariamente el jugo de sus hojas, sintieron gran mejoría personas que sufrían de colitis, acidez estomacal y colon irritable. Además, se manifestó la acción como cicatrizante y antitumor en tratamiento de gastritis y úlcera. Las investigaciones también han demostrado que posee propiedades antioxidantes y regeneradoras de los tejidos.

### Usos de la sábila

Los productos de la sábila que se usan para estimular la piel y el cabello, así como los que combaten el acné y las arrugas, cada día aparecen más en tiendas de belleza y farmacias. El gel de la planta es excelente como tópicos para quemaduras, heridas y otras enfermedades de la piel, merced a su propiedad cicatrizante y regeneradora.

Se usa también para tratar de cicatrizar úlceras estomacales, para eliminar colitis, gastritis, artritis, reumatismo, para tratar las anginas, el asma y dolores musculares. El tratamiento, en estos casos, consiste en tomar los productos derivados de la sábila, que se venden en mercados y farmacias. También se puede digerir naturalmente, tragando porciones de la pulpa en ayuna y antes de acostarse. Dicha pulpa, licuada, es ideal para la desintoxicación del colon, tomando una taza diaria durante siete días.

Medicina contra el cáncer. La sábila es uno de los remedios naturales con mejor aceptación popular. Los testimonios lo demuestran, y debido a su propiedad antioxidante, también

se usa en la terapia para combatir la enfermedad del síglo: el cáncer. Últimamente se ha usado con frecuencia con este fin, sobre todo, para el cáncer de colon.

### Obtención y cultivo

Para no tener que extraer la pulpa de la hoja, algo que a veces es trabajoso, se pueden comprar los productos envasados, obtenidos de las diferentes variedades de la planta, para determinados usos.

Pero algunos, quienes no le otorgan mucho crédito a estos productos, evitan ingerir preservativos inmaduros. Pero algunos, quienes no le otorgan mucho crédito a estos productos, evitan ingerir preservativos inmaduros. Pero algunos, quienes no le otorgan mucho crédito a estos productos, evitan ingerir preservativos inmaduros.

Es una planta fácil de cultivar para crecer tanto en suelo como en macetas. Requiere temperaturas por encima de los 20 grados centígrados, requiriendo riego abundante y frecuente. Se puede cultivar en macetas o directamente en el suelo, siendo esta última técnica la más adecuada.



Dra. Daniela Orellana Zúñiga  
Otorrinolaringóloga



# DISFONÍA

Como evitarla y mantener una voz saludable

## ¿Qué es la Disfonía?

La disfonía es la pérdida del timbre normal de la voz por trastorno funcional u orgánico de la laringe, la alteración máxima de la disfonía se denomina la afonía, ósea, la pérdida total de la voz.

## ¿Cuáles son sus causas?

Las causas menores pueden ser de tipo alérgico que afectan el sistema respiratorio, otras como comer o beber líquidos de manera rápida, cantar, gritar. Inhalar líquidos irritantes, reflujo gástrico y causas mayores como la Tos, que se complica en una bronquitis, afectando de esta manera las cuerdas vocales, el mal uso de la voz ocasionando la formación de otras patología, Trastornos neurológicos de la voz, como disfonía espasmódica, o causas más complejas como las lesiones precancerosas y cancerosas. Parálisis o debilidad de las cuerdas vocales.

## ¿Cuánto tiempo puede durar la disfonía?

En los casos leves, no duran más de una semana. Cuando ya existe una lesión como un pólipo de cuerda vocal

o por el uso forzado de la voz que acaba provocando nódulos vocales pueden durar meses.

## Tipos de disfonía

**Orgánica:** Debido a una lesión en las cuerdas vocales sea esto por artritis, procesos inflamatorios, tumores parálisis, malformaciones congénitas.

**Funcional:** Se da en el 60-75% de los casos y no hay ninguna patología asociada.

**Espasmódica:** Problemas neurológicos

**Traumáticas:** Debido a golpes a lesiones a nivel del cuello o laringe.

**Audiógenas:** Por problemas de audición desde temprana edad.

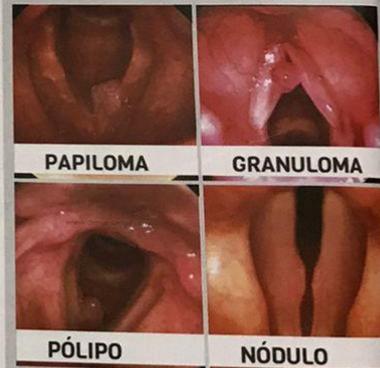
**Psicógenas:** Debido a estados de histeria, obsesión, fonofobia.

## ¿Qué síntomas puedo tener para sospechar que tengo alguna patología en mis cuerdas vocales?

Ronquera, voz entrecortada, voz "áspera", sensación de tener algo atorado en la garganta, carraspeos frecuentes, disminución de la escala tonal de voz, fatiga corporal y de la voz, dolor

en el cuello, disminución de la escala tonal, tos frecuente a la ingesta de líquidos.

## Tipos de lesiones



PAPILOMA

GRANULOMA

PÓLIPO

NÓDULO

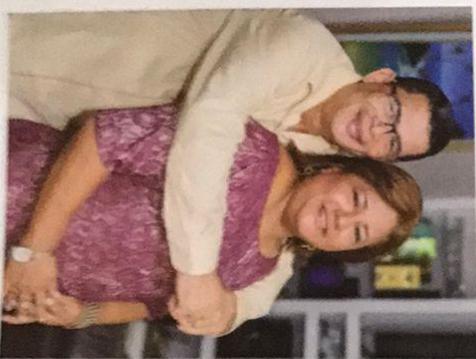
## Cómo recuperar la voz rápidamente

Descansa la voz - Deja de fumar  
Bebe mucha agua y toma infusiones al  
No gritar - Pastillas para la voz.  
Evita comidas y bebidas ácidas.

Consulta a tu médico otorrinolaringólogo si las molestias persisten, para valoración y tratamiento médico oportuno



NELSON CAMPBELL SIMARÉZ  
SUSANA BURGOS MEDINA  
TIENEN DOS HIJOS:  
NELSON E IVAN CAMPBELL BURGOS



**El amor se construye con el tiempo, después de 35 años la llama sigue viva**

# NELSON & SUSANA

Para Susana y Nelson el amor era un desafío. La comunicación y superar los problemas que se presentaban. Susana me enamoró y me fichó desde el día que la vi. Susana, nos dice, que todavía guarda los acetatos que él le escribió y un diario envuelto con papel de regalo desde hace 35 años, hubieron varias amistades en común del barrio y podríamos decir que era nuestra complicidad. Yo enamore a Nelson por mi forma de ser. Pienso que la comprensión y el respeto es indispensable para que dure una relación.

## 36 AÑOS DE FELICIDAD

2 años de enamorados más 33 de matrimonio lo hablan por sí solo, desde el momento que se unen a una pareja piensan en construir un hogar, no solo pensar en construir una casa, no importa el lugar, importa el hogar que quieren tener con esa persona y así todo será más fácil. También el saber escuchar y entender, simplemente querer seguir unido a esa persona, indica Nelson.

## SU HISTORIA DE AMOR

Éramos vecinos ella me agradaba pero yo a ella no, antes íbamos a los bailes populares como los del Colegio Espino Centro, fiestas de las Mercaderías y con los zapatos en la mano conversábamos y conversábamos. Susana cuenta que se veían a escondidas por miedo a sus padres, vivían en la Hacienda y 2da peatonal y solo podían llegar hasta la Hacienda y Juan X Marcos y girar a su hermano César Burgos acapitaban a Nelson, después de que yo lo aceptaron a Nelson como enamorado en su casa, salían de paseo y si estaba en el malecón corrían, porque si llegaba a las 10:00pm seguían en la calle.

Nelson: "Inclusivamente no me agradaba ni siquiera, tenían un prototipo de que ser Campbell era ser inculcivago como mis abuelos en especial mi padre, luego les di cuenta de mi actividad y del tipo de persona que yo era. Supiéramos a mis abuelos hasta el punto de que en una discusión con Susana mi padre le dijo: '¿Tú vas a Pedro Nelson? Si quieres'".

**El amor se expresa en los hechos y no sólo con palabras**

# TONY & MARIA JOSE

El amor de esta pareja se muestra siempre en el respeto que se tienen y comprensión que es lo que debe primar en la relación para que sea duradera. Mayo comenta que él era tímido y que el primer paso lo dio ella. Su primera cita fue en un conocido restaurante de la localidad y el primer regalo de Mayo hacia Tony fue una billetera. Ella aconseja a las parejas que disfruten mucho, que la base de todo amor es siempre el respeto, todo va acorde a la edad y no hay apuro para cometer errores que a la larga puedan fracasar.

## SU HISTORIA DE AMOR

Para diciembre del 2014 Tony se encontraba cursando un postgrado en la ciudad de Chile, retornando a su país conoció a Mayo, luego de riquísimos meses de amistad se forma un bonito sentimiento convirtiéndose en su único y verdadero amor. Viajaron por el país, pero en marzo Tony tuvo que regresar a Chile por varios meses. La tristeza invadía a Mayo que decidió viajar para encontrarse con Tony, planeó diez días de visita, que después de pensar y no saber qué decisión tomar se convirtieron en 8 meses juntos.

## EN TRES MESES SUPLE QUÉ ERA EL AMOR DE UN AÑO

Con mi esposa solo tuve tres meses de enamorados y más meses de estar juntos. Las relaciones breves para mí no existen pero eso no quiere decir que no sirven. Me conocí por parejas que están muchos años, se casan y terminan. Así mismo, conozco parejas de novios que se casan y siguen hasta la actualidad como lo es en mi caso.

## UNA MUJER COMO ELLA ES UN GRAN ACOMPAÑAMIENTO PARA LA FAMILIA, PERO SI ADVIERTES, ES LA MUJERA DEL PRIMER AÑO ES TODA UNA REVOLUCIÓN, PUES CAMBIA COMPLETAMENTE LA VIDA DE LA PAREJA

El amor de familia y es un vínculo fuerte que es imposible perder.



TONY MENDOZA CARRERA  
MARIA JOSÉ SUÑA  
MAYO (MENDOZA SUÑA) Y IVAN (SUÑA)

# 'Euphoria' protagonizada por Zendaya

dobra su audiencia y tendrá temporada 3: Anunció HBO



Se veía venir porque este año la serie ha explotado en cuanto a popularidad. La cadena de cable premium HBO ha renovado por una temporada 3 'Euphoria', el excelente drama adolescente protagonizado por Zendaya y creado por Sam Levinson.

La noticia viene justo cuando la temporada 2 se encuentra en su ecuador, habiendo ya emitido cuatro de sus ocho episodios. Una tanda cuya audiencia ha sido espectacular, con el primer episodio acumulando en Estados Unidos más de 13 millones de espectadores (tanto lineales como en VOD), doblando la audiencia media que tuvo la temporada 1.

na tendencia que ha seguido con sus siguientes episodios y que se traslada además con una mayor viralidad de la serie en redes. De hecho, según la propia HBO Max, el primer episodio fue "más social" que el final de 'Juego de Tronos'.



Netflix ha estrenado su nuevo título Soy Georgina, una docuserie en formato reality show con la que nos aproxima al estilo de vida de Georgina Rodríguez. En esta producción, el streamer también revela cómo es la actual relación de la modelo con Cristiano Ronaldo. El novio de la protagonista si aparece en varios capítulos dando detalles sobre cómo se conocieron y cómo hizo para poder conquistarla.

"Era divertido porque la esperaba fuera de la tienda en estos coches tan llamativos que tengo... y nos íbamos a casa y allí nos metemos en nuestro propio mundo", narra en las entrevistas que salen en la docuserie de Netflix, donde resalta que ella es "el amor de su vida".

**Agrega que le gusta la madurez de Georgina, quien ahora se encuentra en la espera de gemelos.**

Dr

- Cesár
- Parto
- Hister
- "extra
- Apen
- "extra
- Quis
- "extr
- Cole
- "extr



# ODORISIO S.A.

ARMANDO ARREGUI  
Gerente General



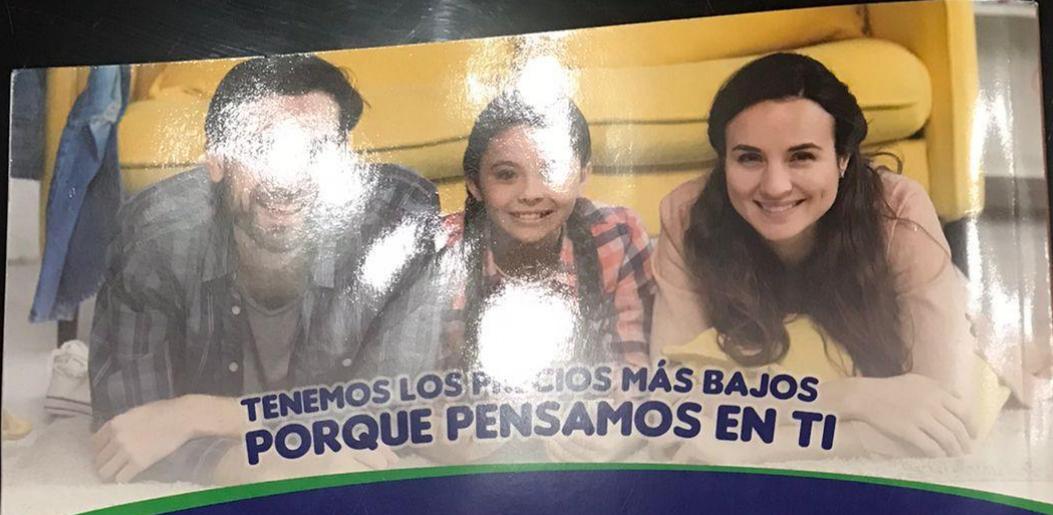
UNA CONSTRUCTORA  
BABAHOYENSE QUE ESTÁ...

*Construyendo los caminos del Ecuador*



Km. 3 vía Guayaquil  
Teléfono: 05 2732-333

Fax: 05 2730-682  
E-mail: [odorisio@odorisio.net](mailto:odorisio@odorisio.net)  
BABHOYO - LOS RÍOS - ECUADOR



TENEMOS LOS PRECIOS MÁS BAJOS  
PORQUE PENSAMOS EN TI

# FARMACIAS + TU AHORRO

Salud para el bolsillo

TODO EL AÑO PRECIOS DE LOCURA Y PROMOCIONES

- |   |   |  |
|---|---|--|
|  RICAURTE Y JUAN X MARCOS                |  AV. GARCÍA MORENO Y MEJÍA                 |  LA UNIÓN: ABRAHAN FREIRE Y J. CHALANATA  |
| <b>BABAHOYO</b>  FLORES Y VARGAS MACHUCA | <b>BABAHOYO</b>  BARREIRO Y GENERAL BARONA |  LA UNIÓN: ABDÓN CALDERON Y 5 DE JUNIO    |
|  ROCAFUERTE Y GENERAL BARONA             |  AV CLEMENTE BAQUERIZO Y CALLE PRIMERA     |  MONTALVO: 24 DE MAYO Y CALLE BABAHOYO    |
|  AV 10 DE AGOSTO Y RICAURTE              |  SUCRE Y VARGAS MACHUCA                    |  PUEBLO NUEVO: CALLE 3 INTERSECCIÓN A1    |
|   |   |  SAN JUAN: AV. AURORA ESTRADA, VIA VINCES |

⌆  
**!ENCUÉTRANOS!**

## Revista digital Jaccely

Link: <https://www.facebook.com/RevistaJaccely>



**Revista Jaccely**  
@RevistaJaccely · Medios de comunicación

Inicio Fotos En vivo Más

Te gusta Mensaje

**Información** Ver todo

La Revista con mayor trayectoria en Babahoyo. Entrevistas / Moda / Actualidad / Social / Salud / Tecnología y mucho más. Todos los lunes y martes ten... Ver más

A 6.444 personas les gusta esto, incluidos 312 de tus amigos

Crear publicación

Foto/video Estoy aquí Etiquetar amigos

**Revista Jaccely**  
24 de marzo a las 15:20 · 🌐

Hace un año fue la final del concurso de Canto "LA REVELACIÓN", dónde participaron jóvenes Riosenses y hoy los recordamos con estas



**Revista Jaccely**  
@RevistaJaccely · Medios de comunicación

Inicio Fotos En vivo Más

Te gusta Mensaje

**Información** Ver todo

La Revista con mayor trayectoria en Babahoyo. Entrevistas / Moda / Actualidad / Social / Salud / Tecnología y mucho más. Todos los lunes y martes ten... Ver más

A 6.444 personas les gusta esto, incluidos 312 de tus amigos

7.819 personas siguen esto

099 005 2666

Enviar mensaje

Medios de comunicación

Crear publicación

Foto/video Estoy aquí Etiquetar amigos

**Revista Jaccely**  
24 de marzo a las 15:20 · 🌐

Hace un año fue la final del concurso de Canto "LA REVELACIÓN", dónde participaron jóvenes Riosenses y hoy los recordamos con estas fotos de los finalistas. 🎉

Elaborado por: Jordy Ariel Angamarca Burbano