



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

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
MENCIÓN: COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

ANÁLISIS SITUACIONAL DE LOS MEDIOS IMPRESOS VS MEDIOS DIGITALES
EN LA CIUDAD DE BABAHOYO

AUTOR:

ALAN OLMEDO YÉPEZ MONSERRATE

DOCENTE GUIA:

CHRISTIAN GEOVANNY RIVERA GARCÍA

BABAHOYO - ECUADOR

2019



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN



COMUNICACIÓN SOCIAL

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

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE INFORME FINAL DE
INVESTIGACIÓN, TITULADO ANÁLISIS SITUACIONAL DE LOS MEDIOS
IMPRESOS VS MEDIOS DIGITALES EN LA CIUDAD DE BABAHOYO

PRESENTADO POR EL SEÑOR: YEPEZ MONSERRATE ALAN OLMEDO

OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:

8.97

EQUIVALENTE A:

TRIBUNAL:

**CAMPI MALDONADO
ALEJANDRA TERESA
DELEGADO DEL DECANO**

**ANDRADE BAZAN MONICA JOSELYN
DOCENTE ESPECIALISTA**

**GONZALEZ VALAREZO MIGUEL ANGEL
DELEGADO DEL CIDE**

**ABG. ISELA BERRUZ MOSQUERA
SECRETARIA DE LA
FAC. CC.JJ.JJ.SS.EE**





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



DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso educativo.

A mis padres, por su paciencia, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que soy.

A mi esposa por estar siempre presentes, acompañándome y por el apoyo moral, que me brindo a lo largo de esta etapa de nuestras vidas.

A las personas que nos han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

ALAN OLMEDO YEPEZ MONSERRATE



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por haberme conducido y guiado a lo largo de mi Carrera profesional, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por ofrecerme una vida llena de felicidad.

Le doy gracias a mi madre y a mi padre por apoyarme en todo instante, por los valores inculcado, y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación.

A mi hija Iriany Yépez López a quien amo con mi vida, siendo mi razón de ser te amo hija mía.

A mi esposa Anabel López Pacheco por haber sido mi fortaleza, por haberme tenido la paciencia necesaria y por motivarme con sus consejos muy valiosos y sobre todo por el amor que me ofrece día a día.

A mis hermanos por ser parte importante de mi vida.

ALAN OLMEDO YEPEZ MONSERRATE



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL

Yo, **YÉPEZ MONSERRATE ALAN OLMEDO** portadora de la cédula de ciudadanía **1207228949**, en calidad de autor (a) del Informe Final del Proyecto de Investigación, previo a la Obtención del Título de Licenciada en Ciencias de la Educación Mención **COMUNICACIÓN SOCIAL**, declaro que soy autor (a) del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal, con el tema:

ANÁLISIS SITUACIONAL DE LOS MEDIOS IMPRESOS VS MEDIOS DIGITALES EN LA CIUDAD DE BABAHOYO

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

YÉPEZ MONSERRATE ALAN OLMEDO
CI. 1207228949



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
ANEXO 1 IFPI-CG-03

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

Babahoyo, 17 de abril del 2019

En mi calidad de Tutor del Informe Final del Proyecto de Investigación, designado por el Consejo Directivo con oficio N.002, con fecha 20 de Febrero del 2019, mediante resolución CD.FAC.C.J.S.E-SE-002-RES-006-2019, certifico que el Sr. **YÉPEZ MONSERRATE ALAN OLMEDO**, ha desarrollado el Informe Final del Proyecto titulado:

ANÁLISIS SITUACIONAL DE LOS MEDIOS IMPRESOS VS MEDIOS DIGITALES EN LA CIUDAD DE BABAHOYO

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

MSc. CHRISTIAN GEOVANNY RIVERA GARCÍA
DOCENTE DE LA FCJSE.



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



RESUMEN

El avance tecnológico se refleja en los medios de comunicación impresos y digitales, de esta forma la nueva audiencia se ha informado de los sucesos locales y nacionales, sin embargo los medios de comunicación digitales han predominado por comodidad, inmediatez, y precio algo que afectado en el consumo de los medios impresos tradicionales.

La innovación es la respuesta clara que deben implementar los medios de comunicación impresos, donde deberá comunicar de una forma dinámica, novedosos formatos, gráfica y atrayente a la audiencia local para que no se pierda la costumbre o cultura de leer en papel como se lo ha hecho a lo largo de la historia.

Por tanto, no debemos perder el objetivo de la noticia su mensaje debe orientar, educar y entretener con eficiencia y ética profesional, y posesionarse como medio de comunicación escrito de la localidad de Babahoyo.

Palabras claves: Comunicación, Audiencia, Inmediatez, Orientar, Educar, Ética profesional



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ANEXO 3 IFPI-CG-03



Babahoyo, 17 de abril del 2019

CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTI PLAGIO

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación del Sr. **YÉPEZ MONSERRATEALAN OLMEDO**, cuyo tema es: ANÁLISIS SITUACIONAL DE LOS MEDIOS IMPRESOS VS MEDIOS DIGITALES EN LA CUIDAD DE BABAHOYO, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Anti plagio Urkund, obteniendo como porcentaje de similitud de **[8%]**, resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución.

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

URKUND

Documento [informe final Alan Yopez.docx \(D50792291\)](#)

Presentado 2019-04-17 14:37 (-05:00)

Presentado por Cristhian Rivera Garcia (crivera@utb.edu.ec)

Recibido crivera.utb@analysis.arkund.com

Mensaje [arkund Mostrar el mensaje completo](#) ..

8% de estas 36 páginas, se componen de texto presente en 16 fuentes.

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


MSc. CHRISTIAN GEOVANNY RIVERA GARCÍA
DOCENTE DE LA FCJSE.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTO.....	II
AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL... ¡Error! Marcador no definido.	
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENCIÓN... ¡Error! Marcador no definido.	
RESUMEN.....	V
CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTI PLAGIO ¡Error! Marcador no definido.	
ÍNDICE.....	VI
INDICE DE TABLAS.....	IX
INDICE DE GRAFICOS	IX
INTRODUCCIÓN.....	IX
CAPÍTULO I.....	2
DEL PROBLEMA.....	2
1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN	2
1.2. MARCO CONTEXTUAL.....	2
1.2.1 Contexto Internacional	2
1.2.2. Contexto Nacional.....	6
1.2.3. Contexto Local	8
1.2.4. Contexto Institucional.....	9
1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	9
1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	10
1.4.1. Problema general	10
1.4.2. Subproblemas o derivados.....	11
1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	11
1.6. JUSTIFICACIÓN	12
1.7. Objetivos de Investigación.....	13
1.7.1. Objetivo General.....	13
1.7.2. Objetivos Específicos	13
CAPITULO II.....	14
MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL	14
2.1. Marco Teórico.....	14
2.1.2. Marco Referencial sobre el Problema de Investigación.....	19
2.1.2.1. Antecedentes Investigativos	19
2.1.2.1. Categorías de Análisis.....	21

2.1.3. Posturas Teóricas.....	21
2.2. Hipótesis	22
2.1.2. Hipótesis General	23
2.1.3. Subhipótesis o Derivados	23
2.2.2. Variables	23
Variable Independiente.	23
Variable Dependiente.....	23
CAPÍTULO III	24
3.1. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	24
3.2. MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN	24
3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN	24
3.4. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.	24
3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA DE INVESTIGACIÓN	25
3.5.1. Población	25
3.5.2. Muestra.....	25
3.6. PRESUPUESTO	25
3.7. CRONOGRAMA DEL PROYECTO.....	26
CAPÍTULO IV	27
4.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN	27
4.2. CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES	37
4.2.1. Específicas.....	37
4.2.2. General	37
4.3. RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES	37
4.3.1. Específicas.....	37
4.3.2. General.	38
CAPÍTULO V	39
5.1. PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS.	39
5.1.1. Alternativa obtenida.	39
5.1.2. Alcance de la alternativa.....	39
5.1.3. Aspectos básicos de la alternativa.	40
5.1.3.1. Antecedentes.....	40
5.1.3.2. Justificación	41
5.2. OBJETIVOS.....	41
5.2.1. General.	41
5.2.2. Específicos.....	42
5.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA.....	42
5.3.1. Título.	42

5.3.2. Componentes.....	42
5.4. RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA.....	45
BIBLIOGRAFÍA.....	46
ANEXOS.....	52

INDICE DE TABLAS

TABLA N° 1: PERIÓDICOS DEL ECUADOR.....	6
TABLA N° 2: PRESUPUESTO.....	25
TABLA N° 3: CRONOGRAMA DEL PROYECTO.....	26
TABLA # 4. PLATAFORMAS.....	27
TABLA # 5.- MEDIO DE COMUNICACIÓN.....	28
TABLA # 6.- MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL.....	29
TABLA # 7.- AGRADO DE MEDIOS DIGITALES.....	30
TABLA # 8.- EFECTIVIDAD.....	31
TABLA # 9.- MEDIOS IMPRESOS.....	32
TABLA # 10.- LEER MEDIOS IMPRESOS.....	33
TABLA # 11.- MEDIOS MÁS UTILIZADOS.....	34
TABLA # 12.- TIEMPO DE LECTURA.....	35
TABLA # 13.- SALUD VISUAL.....	35

INDICE DE GRAFICOS

GRÁFICO N° 1: CATEGORÍA DE ANÁLISIS.....	21
GRAFICO # 2. PLATAFORMAS.....	27
GRAFICO# 3.- MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	28
GRAFICO #4.- MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL.....	29
GRAFICO # 5.- AGRADO MEDIOS DIGITAL.....	30
GRAFICO # 6.- EFECTIVIDAD.....	31
GRAFICO # 7.- MEDIOS IMPRESOS.....	32
GRAFICO # 8.- LEER MEDIOS IMPRESOS.....	33
GRAFICO # 9.- MEDIOS MÁS UTILIZADOS.....	34

GRAFICO # 10.- TIEMPO DE LECTURA.....	35
GRAFICO # 11.- SALUD VISUAL	36

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación escritos, sin duda alguna han ido migrando sus contenidos a plataformas digitales pasando del papel a los bits, algunos mantienen sus medios tradicionales, y otros fructifican las ventajas de la llamada era digital. Los primeros contenidos en la Web aparecen entre 1993 y 1995, desde aquel entonces las actividades se han ido mejorando.

El primer periódico en lanzarse en este viaje fue el diario Hoy, que ocupa el primer lugar en mudarse a la web de América del Sur. Ecuador fue pionero de este cambio y modernización en los medios de comunicación en este caso el escrito, este trabajo no intenta dar a conocer la evolución de los medios impresos en el Ecuador, pero si pernoctar en la situación actual en la que se encuentran los medios impresos y digitales en la ciudad de Babahoyo, cuantos se mantienen y cuáles son los que dejaron el papel por alojarse en la web.

Los medios de comunicación tradicionales no desaparecen debido a que una gran parte de la personas demanda de un diario para mantenerse informado, pero sin embargo este porcentaje de la población va disminuyendo gracias a las nuevas plataformas digitales que encontramos en el internet estas nos permite estar informados a tiempo y a un simple click.

El estudio de este proyecto de investigación intenta aclarar el análisis situacional de los medios impresos versus los medios digitales en la ciudad de Babahoyo, pretendemos dar a conocer el estado actual de los medios locales y de las plataformas de los medios digitales que se encuentran vigentes hoy en día.

CAPÍTULO I

DEL PROBLEMA

1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN

Análisis situacional de los medios impresos vs medios digitales en la ciudad de Babahoyo

1.2. MARCO CONTEXTUAL

1.2.1 Contexto Internacional

El futuro será digital o al menos eso parece ¿Cuánto crees que durará el medio impreso? Si eres de los amantes del papel, tuviste que haberte formulado esta pregunta, el medio de comunicación impreso desde los inicios de la humanidad ha sido vital en los procesos de desarrollo de los seres humanos manteniendo informados a la sociedad, sin embargo este cambio no durara más de veinte a treinta años para que ocurra, dejando como pioneras a las plataformas digitales que avanzan de una forma desmedida.

El cambio que se ha dado en el siglo XXI ha sido notable del medio comunicación impreso al medio de comunicación digital, donde el consumo de noticias en las plataformas digitales se hace de una manera rápida, leyendo los titulares y viendo las imágenes que complementa la noticia, evitando la profundización en muchos de los casos la noticia de los medios impresos según Ripollés (2012).

Por otro lado Ripollés, (2012) afirma, que la cantidad de las noticias que encontramos en las distintas plataformas, ya sea redes sociales o buscadores de contenidos, hace que estas nuevas generaciones consuman medios de comunicación

digitales como su dieta informativa, es decir, si eres menor de 35 años, seguramente te encuentres dentro de este grupo de la población que no busca las noticias, se las encuentra al desplazar la pantalla de los aparatos tecnológicos (Tablet, celulares)

“Los periodistas alemanes gozan de algo que muchos otros periodistas en el mundo no tienen: la facilidad de trabajar para varios medios al mismo tiempo. Dado que hay una amplia gama de periódicos regionales y locales, y que no hay recelo entre grupos, un periodista alemán puede publicar el mismo texto en un diario de Berlín que en uno de Múnich”, menciona Yaotzin Botello, en exclusiva para la Asociación Alemana de editores en el 2018.

Son mejores los vientos que esperan las editoriales de los periódicos alemanes. “Nuestro sector es fuerte. El periódico es el futuro”, asegura Dietmar Wolff, Director de la Asociación Alemana de Editores de Periódicos en Berlín. Durante años, las editoriales de medios de comunicación impreso en Alemania tuvieron una caída en los ingresos, crisis inducida por la expansión del Internet o la llamada era digital, no solo hubo una baja en las ventas, sino también en los ingresos por la publicidad.

“Los números lo confirman. El 39 % de usuarios visita regularmente páginas de periódicos online. Entre los jóvenes de 14 a 29 años, esta cuota llega incluso al 63%. Los periódicos son la oferta de mayor alcance en Internet”, afirma Wolff. “Con estadísticas tan positivas, el beneficio económico sin embargo tarda en llegar. Por ahora sin mejoría a la vista. En este sector todos coincidimos en que la publicidad no alcanzará para refinanciar las historias”, opina Hans-Joachim Fuhrmann, responsable del departamento online de la asociación de Periódicos en Berlín.

Los medios impresos versus los medios digitales en América: En marzo del 2014, The New York Times se vio en la obligación de hacer un estudio de los medios impresos versus los medios digitales, con el objetivo de ganar más espacio o suscriptores haciendo un

paso del papel a lo digital. El estudio fue realizado por Arthur Gregg Sulzberger, hijo de Arthur Sulzberger, editor en jefe del diario, sirviendo de aviso para la imprenta puesto que el avance tecnológico venía captando terreno.

Según las tendencias, las personas menores a los 40 años de edad se informan a través de medios digitales, dejando atrás cualquier otro servicio. Dejo de ser un enigma que la tecnología avanza y con ellos los cambios donde la inmediatez informativa lo dan los medios digitales.

Según Rubén Vázquez en su publicación en Forbes medio digital, “el estudio entrevistó a más de 300 periodistas y 50 medios de comunicación, entre electrónicos e impresos, y se concentró en los competidores digitales de los diarios tradicionales. Aunque el reporte se supone que era privado y sólo para los altos ejecutivos de The New York Times”.

La información sobre el estudio tiene muchas aristas; donde al menos son cinco grandes cambios o recomendaciones que publicó el New York Times donde explica la periodicidad de las noticias, la ética profesional, el análisis de los hechos noticiosos, la innovación o impacto de su portada.

Canadá ningún medio impreso en el 2025: ¿Podría un país no tener medios impresos? Ese es el entorno que una investigación divulga en Canadá para el año 2025. Es decir, en 6 años, los medios impresos desaparecerán o estarán reducidos en el norte. Esto lo revela un estudio que fue realizado por el analista Ken Goldstein, que analizó la circulación de diarios en Canadá desde 1995.

En su informe en Canada's Digital Divides revela que en los próximos años las estaciones de radios locales dejarán de escucharse o por lo menos se reducirán en un

porcentaje notorio. En tanto, su temible pronóstico se basa en las cifras sobre circulación de diarios o prensa escrita desde 1995 hasta el 2014, este dato ha disminuido en el 50% entre ese periodo de tiempo. El panorama será desalentador para los medios impresos dentro de los últimos diez años.

Si la tendencia se mantiene es posible que los medios escritos de periodicidad diaria con el pasar de los días desaparezcan los medios de comunicación impresa desaparezcan en 10 años, enfrentándose a la tecnología y los medios digitales que publican información en línea que les permita conservar sus marcas sin las ediciones impresas.

Según Germán Rey Carlos Eduardo Huertas (2010) Los medios digitales periodísticos en Colombia vienen protagonizando una explosión silenciosa. Cientos de nuevos canales de información son todo un acontecimiento en un país de 46 millones de habitantes donde en cualquier rincón se puede encontrar una buena historia, aunque muchas de ellas no trascienden a la agenda pública, en gran medida por la alta concentración en la propiedad de los medios de comunicación tradicionales.

El 4 de julio de 1994, Colombia se conectó por primera vez con internet. A menos de 20 años, el panorama nacional de las tecnologías de la información y la comunicación se ha transformado vertiginosamente. Como sucede en buena parte del mundo, ninguna otra tecnología ha tenido un crecimiento tan amplio y diversificado en tan poco tiempo: los usuarios de internet han aumentado exponencialmente; la telefonía móvil tiene una cobertura prácticamente universal; la infraestructura de las telecomunicaciones se moderniza a diario y hasta las prácticas de lectura han sido impactadas por la navegación en la red concluyo Germán Rey Carlos Eduardo Huertas (2010).

Entre 2000 y 2005, como lo comprueban las estadísticas del Dane (*Entidad responsable de la planeación, levantamiento, procesamiento, análisis y difusión de las estadísticas oficiales de Colombia*), el 74% de los medios digitales que existen en el país

aparecieron entre los años 2001 y 2010. Entre 1994 y 2000, tan solo se creó un 26% de su total, que hoy alcanza al menos los 391 medios digitales en Colombia que registró esta investigación.

1.2.2. Contexto Nacional.

En la coyuntura periodística de hoy en día, los medios de comunicación continúan en constante avance mediático debido a la tecnología, brindando facilidad e inmediatez al leer, en el Ecuador 23 son los medios impresos que hoy en día circulan, algunos con una periodicidad diaria, otros semanales, quincenales y mensuales respectivamente. La mayoría de los medios impresos contienen reportajes, noticias actuales del país, economía, política, educación, deportes, ciencia, farándula, arte, social y judicial.

Es importante resaltar que los medios de comunicación impresos del Ecuador, cuentan con una versión digital. Las provincias con mayor número de medios digitales son: Pichincha, Guayas, Azuay, Chimborazo, Manabí, Loja; e la región Sierra es donde los medios impresos también se registran como digitales.

PERIODICOS DE LA COSTA	PERIODICOS DE LA SIERRA
Periódicos de Guayaquil Web - El Universo Web - El Telégrafo Web - Diario Expreso Web - Diario Extra Web - Diario Súper Web - PP El Verdadero Web - El Observador Web - Radio CRE Periódicos en línea de Ecuador Web - ANDES Web - Ecuador Inmediato Web - Medios Públicos Web - Google Noticias Ecuador Web - El ciudadano Web - Fútbol Ecuador Web - Confirmado.net Web - La República Web - El migrante ecuatoriano Web - Ecuador News Web - Ecuador Noticias Web - Infórmate y punto Web - Opción Web - Ecuador Transparente Web - El	Periódicos de Quito Web - El Comercio Web - Últimas Noticias Web - La Hora Web - Metro Ecuador Web - El popular Web - Diario HOY Periódicos de Cuenca Web - El Mercurio Web - El Tiempo Web - La Tarde Periódicos de Ambato Web - El Heraldo Periódicos de Riobamba Web - La Prensa Web - Los Andes Periódicos de Latacunga Web - La Gaceta Periódicos de Ibarra Web - Diario El Norte Web - La Verdad Periódicos de Tulcán La Nación La Prensa (Ecuador)

Ecuatoriano	Periódicos de Loja
Web - Ecuador en Vivo	Web - Diario Crónica Web - El Chaski
Web - La Calle Web - La Nación	Web - Diario Centinela
Web - Ciudadanía Informada Web - Al Día	Periódicos de Machala Web - Diario Correo
Web - El Financiero	Web - Diario la Verdad
Web - El Morlaco Digital Web - Cotopaxi	Web - Opinión
Noticias Web - Agencia Pública de Noticias de Quito	Web - Machala Global
Web - El Emprendedor	Periódicos de Portoviejo Web - El Diario
Periódicos de Esmeraldas Web - La Verdad	
Periódicos de Santa Elena	
Web - La Primavera	

PERIODICOS DE GALÁPAGOS

Periódicos de Galápagos **El Colono**

Tabla N° 1: Periódicos del Ecuador

Fuente: Forosecuador.ec

Diario El Universo tuvo su sede en la capital de la provincia de Chimborazo, las oficinas se ubicaban en la planta baja de la propiedad del empresario guayaquileño Asisclo G. Garay. El viernes 16 de septiembre de 1921, muy por la mañana de allí salieron los presurosos canillitas que voceaban: “¡el universo!, ¡el universo!”.

Actualmente la sede se ubicada en la avenida Domingo Comín y Ernesto Albán. Su imponente edificio acoge los diversos departamentos del medio de comunicación impreso, igualmente aloja la rotativa Goss Headliner Offset, que es una de las más modernas de Latinoamérica por su capacidad de impresión a todo color. En este edificio se cumplen 89 años de servicio, en medio de un constante cambio tecnológico.

¿Qué cambios han sufrido los medios?

- La prensa escrita y digital han cambiado su estética y la estructura que muestran en sus entregas.

- El medio impreso y digital, se presenta un orden minucioso acorde a la categoría y la coyuntura informativa según su localidad.
- En el medio impreso, se realiza un resumen sobre cada noticia, se detalla una síntesis de los hechos.
- En el medio digital, se detalla cronológicamente el posteo de la noticia. En cambio, en el medio impreso, solo se hace constancia de la información del día.
- En el medio digital, las imágenes detallan cada uno de los hechos, pero en el medio impreso la imagen detalla la noticia.

1.2.3. Contexto Local

En el 2019 los medios de comunicación impresos en Babahoyo se han reducido de forma drástica por factores como interés de la ciudadanía, economía, falta de pautajes publicitarios entre otro, el periódico semanal impacto 2000 manejada principios y valores que se rigen a la actividad periodística de un medio de comunicación, profundizando así en lo que también se conoce como su ideología, donde los reportajes regidos en un solo eje el de informar, años más tardes el medio impreso dejó de circular.

El Cachari, informativos Riosense fueron medios que se desvanecieron a cómo iban pasando los años, en portales electrónicos los medios de comunicación digitales son muchos que a diario informan de hechos que ocurren en el entorno tal es el caso de El Vocero, La Voz Populi, C6 Noticias, Click, Babahoyo Al Día cada uno de ellos cuentan con una cantidad que pasan los diez mil seguidores.

En los medios locales de comunicación impresa existes el desinterés a la lectura de la sociedad de hoy, por temas de tiempo, cultura o costumbres las personas dejaron de leer los periódicos locales por esto periodismo de información local ha quedado en el abandono, optando por alternativas en los medios de comunicación digitales.

1.2.4. Contexto Institucional

La Universidad Técnica de Babahoyo cuenta con Journal of Science and Research: Revista Ciencia e Investigación portal electrónica institucional anexa al Vicerrectorado de Investigación y Postgrado de la Universidad Técnica de Babahoyo que fue creada con el fin de informar los resultados de investigaciones científicas en las áreas de las ciencias, las ingenierías y la educación con periodicidad trimestral. Va dirigida a docentes, investigadores, estudiantes y profesionales interesados en la actualización permanente de sus conocimientos y el seguimiento de los procesos de la investigación científica.

En el portal web de la universidad técnica de Babahoyo nos encontraremos con revistas digitales que divulga el conocimiento científico y académico que se adquiere como estudiante y docente de esta institución su sitio web es <https://revistas.utb.edu.ec/> entre las revistas tenemos:

- Revista Magazine de las Ciencias. ISSN 2528-8091
- Revista Agro UTB
- Revista FADMI: Administración y Tecnología
- Revista Salud y Ciencias

Si hablamos de medios impresos en la Universidad Técnica de Babahoyo se difundió la gaceta universitaria periódico institucional que informaba de las actividades, gestiones y noticias que ya hacían dentro de la institución se conoció del periódico en el año 2014 con una duración no más de dos años, las revista institucionales son de periodicidad mensual donde se divulga información científica y académica para los docentes y estudiantes del centro de estudio.

1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.

Existen diversas razones por las que se ha dado el cierre de medios impresos en la ciudad de Babahoyo, no han cumplido con los exigencias necesarias para poder estar en

circulación, el ingreso económico o pautajes publicitarios pudieron haber llevado al declive a más un medio de comunicación impreso.

La disputa entre los medios impresos y los medios digitales cada vez es más fuerte, en varios casos se ha proyectado la idea que si el papel perderá la batalla porque uno a uno ha ido desapareciendo el semanario Impacto 2000, Informativo Riosense, Cachari, medios impresos de la ciudad de Babahoyo que con el pasar de los años dejaron de comunicar.

Las razones por las cuales se dificulta mantener un medio impreso es la innovación, ¿existen profesionales capacitados en llevar una buena estética y diagramación?, los medios de comunicación impresos locales dejaron de llamar la atención al lector y suscriptores por sus hojas a blanco y negro poco agradables para la vista llevando a que estos dejaran de ser leídos.

Sin embargo nos resulta interesante conocer ¿Cómo han sobrevivido algunos medios impresos? El Rio, La Hora, El Súper, medios de comunicación impresos que informan en la ciudad de Babahoyo quienes cuentan con una estructura o espina medular provincial que fortalece su consumo masivo en los usuarios que son los protagonistas y demandan mucha más información y de forma inmediata.

1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.4.1. Problema general

¿Cuál es la situación actual de los medios de comunicación escritos y los medios digitales en la ciudad de Babahoyo?

1.4.2. Subproblemas o derivados

¿De qué manera los paradigmas de la información digital y tecnológica afecta a la comunicación impresa?

¿Cómo son afectados los medios impresos por la escasa lectura de la población?

¿Por qué las redes sociales superan a la intencionalidad de leer medios impresos?

1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación dio inicio desde el mes de Octubre del 2018 al mes de Abril de 2019.

Delimitación Espacial. - La investigación se la realizó en la ciudad de Babahoyo, provincia de Los Ríos.

Delimitación Temporal. – Finales del año 2018 hasta mayo de 2019

Unidades de Información. - Los medios de comunicación impresos de la localidad (Tercer Día, La Hora, Impacto 2000)

Delimitación legal.-

Ley Orgánica de Comunicación Social Art 5.- Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de

frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

1.6. JUSTIFICACIÓN

La proliferación de los medios virtuales a través de la plataforma digital, ha promovido cambios inesperados en el ejercicio profesional de los medios de comunicación impresos; el desarrollo tecnológico que no ha surgido por generación espontánea cogió por desprevenidos a los actores de las empresas periodísticas reconocidas que circulaban a través del papel.

No obstante existen voces como la del periodista y escritor argentino Juan Martin Caparros que cuestiona la difusión del periodismo digital expresando su desacuerdo de la manera siguiente:

“Yo digo últimamente que el periodismo es contarle a mucha gente lo que no quiere saber.” “El periodismo pierde su esencia por una política suicida de muchos medios que tratan de convertirse en circo, en lugares de entretenimientos bobos, han caído es esta lógica del rating que hasta hace poco no funcionaba para los periódicos, pero ahora con este sistema siniestro en que están atentos a cada clic y pueden contarlos, creen que se publican una pavada, y creen que su salvación está en el clic y no en el mantenimiento de una posición sólida”.

La escases de bibliotecas en ciudades como Babahoyo que con 130.000 habitantes no tiene las característica de una ciudad habitada por lectores, con abundante negocios de boticas y moteles proyecta una imagen en decadencia prueba de ello es que de los medios impresos que circulan en la urbe ninguno tiene sus orígenes en la ciudad donde periodistas profesionales ha tenido que ingeniárselas en las plataformas digitales para sobre vivir con su profesión a cuesta.

Con el antecedente anotado en líneas anteriores el presente trabajo se justifica porque como un actor de la comunicación social pretendo aportar mediante el proceso investigativo, algunas ideas que ayuden a determinar la prevalencia de los medios virtuales sobre los medios impresos o viceversa, consiente que la comunicación continua siendo un fenómenos de masas que ahora no solo depende de factores humanos y tecnológicos.

1.7. Objetivos de Investigación

Mediante el presente trabajo de investigación se pretende lograr los siguientes objetivos:

1.7.1. Objetivo General

Determinar la situación actual de los medios de comunicación impresos y digitales para delimitar la importancia de preferencia en los habitantes de Babahoyo.

1.7.2. Objetivos Específicos

- Evaluar el entorno existente de los medios de comunicación escritos y que afectó el cierre de los periódicos locales
- Especificar que afecta el consumo de los periódicos y porque es escasa la lectura en los medios impresos locales
- Identificar los factores predominantes en el favoritismo de los medios virtuales sobre los medios impresos.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL

2.1. Marco Teórico

Medios de comunicación

A través de la historia, el ser humano ha buscado mejorar y transformar los medios por los que lleva a cabo el proceso de la comunicación, y teniendo en cuenta la importancia del conocimiento público de ciertas temáticas de interés mundial, surge la necesidad de implementar los medios de comunicación. Los medios de comunicación son canales con los cuales se difunde una información de manera masiva. Estos tienen como propósito informar, educar, entretener y formar opinión, todo siempre dependerá de la intencionalidad con la que transmita el mensaje o la información (antioquiatic, 2018).

Los medios de comunicación son herramientas e instrumentos que son utilizados actualmente en las sociedades, y a partir del siglo XIX, para informar y comunicar de forma masiva a la población. Hoy en día los individuos y las comunidades acceden a este tipo de canal para tener material informativo que describe, explica y analiza datos y acontecimientos de diversos tipos, pueden ser: políticos, económicos, sociales o culturales, y también pueden referirse al nivel local o al contexto mundial (Concepto, 2019).

Son aquellos medios tecnológicos, que sirven para remitir mensajes, que van dirigidos a una masa de público, y que, pueden transmitirse a grandes distancias en un mínimo de tiempo. Con este tipo de medios de comunicación, existe la llamada retroalimentación o feedback, dar y recibir un mensaje.

Prensa globalizada

La globalización se define como "la creciente gravitación de los procesos económicos, sociales y culturales de carácter mundial sobre aquellos de carácter nacional o

regional". El documento propone que las estrategias nacionales se diseñen en función de las posibilidades que ésta ofrece y de las exigencias que plantea una mayor incorporación a la economía mundial (Cepal, 2002).

Que los medios de comunicación de masas son muy útiles para concentrar y manejar el poder sobre grandes conglomerados humanos es algo que fue evidente desde su invención, desarrollo e imposición en una Sociedad Occidental que durante todo el siglo XX se fue constituyendo como urbana y de masas. Alrededor de un siglo después de sus inicios, los medios se han convertido en un factor estructural de la sociedad globalizada, una red coherente a través de la cual se canaliza el control y el ejercicio del poder mundial (Guaglianone, 2007).

Prensa

(Bembibre, 2013) Define que "prensa" puede ser utilizado para hacer referencia a dos cuestiones diferentes aunque íntimamente relacionadas. Una de ellas es la prensa, máquina o artefacto que sirve para imprimir un texto escrito y que prensa las hojas de papel entre placas de madera, metal u otros materiales.

Históricamente, el medio de mayor antigüedad es la prensa como resultado del invento de la imprenta por Johan Gutemberg en el año 1438. Este acontecimiento revolucionó las comunicaciones a nivel mundial. El primer periódico impreso, fue Weekley News of London, el primer periódico Ingles anunciado en 1622 (Anonimo, 2018).

La prensa globaliza los medios de comunicación estos pueden ser impresos, televisivos, radiales eh incluso el internet con sus plataformas virtuales de información, todos con el mismo objetivo de llegar a las masas con sus contenidos y mantener informada a la sociedad de esta época moderna. Aparato que sirve para imprimir sobre papel mediante la presión de una plancha que tiene grabados escrituras e imágenes, consiguiendo publicaciones periódicas de venta al público de carácter informativo, los periódicos, libros,

revistas, folletos y afiches.

Medios impresos

Según (Aguirre, 2017) los medios impresos de comunicación son muy antiguos, los pueblos de la antigüedad dejaban constancia de su vida y costumbres utilizando papiros, códices, pinturas, estelas jeroglíficas, la comunicación es muy importante en la vida de los seres humanos, a lo largo de la historia de la humanidad el hombre ha creado diversos medios de comunicación, los cuales son muy variados y útiles.

Un medio de comunicación impreso, por definición, es aquel que tiene un tiraje específico y su contenido se basa en texto e imágenes, entre ellos pueden estar las revistas, folletos, periódicos, tarjetas de presentación, calcomanías, carteles y en general a todas las publicaciones que se encuentren impresas en papel y que tengan como objeto informar agrega (García, 2018)

Los medios impresos son diversos de muchas formas en sus contenidos, comprenden desde diarios, revistas y libros, estas contienen de publicaciones impresas con importancia a través de la historia, por parte de Johann Gutenberg en el siglo XV con la imprenta se pudo expandir las noticias llegando a una comunicación.

Regularmente los medios impresos son generados por imprenta, pasando por un proceso de impresión que en el siglo XX los medios impresos produjeron cambios en la forma de actuar y de pensar del hombre, hasta el surgimiento de la tecnología que lidio de forma directa.

Internet

(Lapuente, 2018) Define que Internet es una red de redes de millones de ordenadores en todo el mundo. Pero al contrario de lo que se piensa comúnmente, Internet no es sinónimo de World Wide Web. La Web es sólo una parte de Internet, es sólo uno de los muchos servicios que ofrece Internet.

El concepto Internet tiene sus raíces en el idioma inglés y se encuentra conformado por el vocablo inter (que significa entre) y net (proveniente de network que quiere decir red electrónica). Es un término que siempre debe ser escrito en mayúscula ya que, hace referencia a “La Red”.

(Cuadra, 2016) Asegura que el internet permite, como todas las redes, compartir recursos. Es decir: mediante el ordenador, establecer una comunicación inmediata con cualquier parte del mundo para obtener información sobre un tema que nos interesa y así mantenernos al día con las noticias.

Avance tecnológico

Tecnologías como los robots, la inteligencia artificial y el aprendizaje de las máquinas evolucionan a paso veloz. Estos avances pueden mejorar la rapidez, la calidad y los costes de bienes y servicios, pero también dejar sin empleo a un gran número de trabajadores según (West, 2017).

(Avancetecnologicoweb, 2017) En su publicación menciona que un proceso evolutivo de creación de herramientas que modelan y controlan el entorno. La tecnología va más allá de la creación y el uso de estas herramientas ya que se necesita el almacenaje de los conocimientos y una progresión de la sofisticación de las herramientas. Requiere de invención y es por sí misma una continuación de la evolución a través de otros métodos.

Es hacer uso de los inventos que con el pasar de los años han ido facilitando el

accionar de los seres humanos, el internet sin duda ha sido una herramienta que de una u otra forma influye en la sociedad haciéndonos la vida más simple y permitiéndonos agilizar los procesos manuales.

Sitios web

Un sitio web, por lo tanto, es un espacio virtual en Internet. Se trata de un conjunto de páginas web que son accesibles desde un mismo dominio o subdominio de la World Wide Web (Porto, 2013).

(Pairuna, 2018) Aclara que un sitio web es un conjunto de páginas web desarrolladas en código html, relacionadas a un dominio de Internet el cual se puede visualizar en la World Wide Web (www) mediante los navegadores web o también llamados browser como ser Chrome, Firefox, Edge, Opera entre otros. Cada página web perteneciente al sitio web tiene como objetivo publicar contenido, y este contenido podrá ser visible o no al público.

Plataformas virtuales que sirven para la publicación de contenidos de magnitudes distintas, videos, texto, imágenes entre otros, sin embargo tiene que tener un diseño único para poder llamar la atención del usuario y obtener que navegue por ella e interactúa haciendo su correcto uso.

Medios digitales

“Los medios digitales se refieren al contenido de audio, vídeo e imágenes que se ha codificado. La codificación de contenidos implica convertir la entrada de audio y vídeo en un archivo de medio digital, como por ejemplo, un archivo de mp3. Una vez codificado el medio digital, se puede manipular, distribuir y reproducir fácilmente en otros equipos, así como transmitir a través de redes informáticas.” (Tiendaseninternet.com, 2017)

(López, 2009) Menciona los medios digitales no significan que la transferencia sea digital. Medios digitales significan una convergencia de medios. El primer medio que se

monta en la web, es el impreso. Luego, se fueron montando el resto de los medios. Se montó primero el impreso porque las bandas anchas eran limitadas y con el tiempo han ido creciendo paulatinamente.

Los medios digitales son necesarios en la historia, avance o modernización de la civilización, ya que a través de ellos podemos estar informados desde todas partes del mundo a un solo clic de distancia. Los medios digitales son una herramienta comunicacional que facilita al lector, sin la necesidad de salir de casa puede leer lo que ocurre en el acontecer noticioso del entorno envolviéndonos en la llamada era digital.

2.1.2. Marco Referencial sobre el Problema de Investigación

2.1.2.1. Antecedentes Investigativos

Autor: Diana Eloísa Cornejo Domínguez – año 2015

Tema: Estudio para la implementación de medios impresos en la península de Santa Elena

Universidad de Guayaquil Facultad de Comunicación Social

Con el propósito de mantener informados a los habitantes de la ciudad de Babahoyo a través de un medio de comunicación impreso local o medio de comunicación digitales es recomendable considerar aspectos importantes entre los cuales se destacan las noticias en todos sus ámbitos, sociales, económicos y culturales. Dar apertura a todos quienes desean que sus opiniones sean escuchadas para beneficiar a la localidad. Despertar interés para que adquieran y tengan acceso a un medio de comunicación escrito o digital.

Autor: Diego Guillermo Vallejo Samaniego- año 2015

Tema: Análisis de la gestión de la comunicación interna en las empresas informativas de prensa en la sierra Ecuatoriana

Universidad Central del Ecuador Facultad de Comunicación Social Instituto de Investigación y Posgrado

Los medios impresos han acompañado la historia del país con sus características de entregar información, permitir la oferta de productos y servicios, promover la opinión y a la vez por convertirse en depositarios de la memoria social. Esta influencia explica las numerosas publicaciones que ha tenido Ecuador a lo largo de su vida y que actualmente contabilizan 106. Sin embargo, condiciones actuales de la sociedad como la insurgencia de las nuevas tecnologías, hacen necesario que las empresas informativas de prensa asuman retos para asegurar su subsistencia. Una de las estrategias podría ser la de replantear los componentes de su identidad para a través de la comunicación interna proyectar una imagen que marque la diferencia y fortalezca lazos con la comunidad.

Autora: Alicia Bernarda Terreros Bojor

Tema: Que estudio de la versión digital de diario el tiempo: análisis y propuesta de innovación.

Universidad de Cuenca facultad de filosofía, letras y ciencias de la educación carrera de comunicación social

- Se recomienda hacer más estudios sobre los medios digitales y el uso de tecnologías e Internet.

- Se sugiere a los medios de comunicación invertir en personal especializado para la web y en capacitaciones constantes del equipo de redacción.

- Es importante que los periodistas de la versión impresa converjan con la versión digital.

Autora: Alejandra Penélope Gallardo Salvador

Tema: “Análisis comparativo de la prensa escrita y su versión digital, estudio de caso: el tratamiento de discapacidades en diario el comercio”- año 2013

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Los medios de comunicación del Ecuador deberán ser conscientes que existe una población con algún tipo de afectación física del 48,9% y crear los contenidos tanto de la web como en todos los soportes pensando en ellos, para que sean partícipes de la recepción de información en un ambiente de equidad.

Los diarios deben dejar de pensar en un contenido para papel, y deslindar el papel de la web, que en esencia son cosas muy distintas, deben empezar en crear contenido para pantalla. Esta disertación deja las puertas abiertas a futuras investigaciones sobre el tema de la accesibilidad a la información en portales Web.

2.1.2.1. Categorías de Análisis

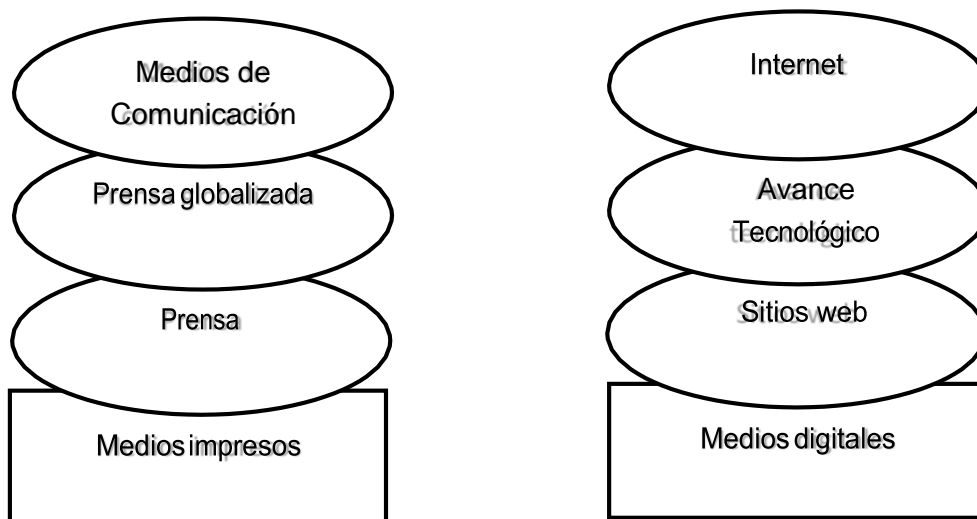


Gráfico N° 1: Categoría de análisis

Autor: Alan Yépez Monserrate

2.1.3. Posturas Teóricas

(Ramírez, 2015) En su artículo menciona el transcurso de los años y con el surgimiento de nuevas tecnologías, la sociedad actual ha traído consigo cambios en las diferentes áreas del saber. Los medios de comunicación escritos y digitales no escapan de esta realidad. Esto se ve reflejado en el auge que ha tenido el periodismo digital, con mayor énfasis en la actual generación.

Con el surgimiento de los buscadores en Internet y los contenidos noticiosos en las redes sociales, las compañías prefieren evitar los impresos y pautar en el expansivo mercado de web, sin superar las cuotas publicitarias que se la lleva la televisión. En el 2011, la televisión ecuatoriana concentró el 63% de la publicidad en medios de comunicación frente a un 22% de los impresos (El Telégrafo, 2012)

El auge de las tecnologías de la información y el acceso a Internet ha reducido las ventas de libros, periódicos y revistas a nivel global. En Ecuador, el 46% de la población tiene acceso a Internet y el analfabetismo digital ha caído del 33 al 14,3%, según datos del Ministerio de Telecomunicaciones (Diario El Universo, 2015)

A pesar de que el periodismo escrito en América Latina tiene un panorama de incertidumbre para los próximos años, hay modelos de negocio que todavía sobreviven del éxito e incluso logran captar a nuevos lectores. Diario Trome, que pertenece a Grupo El Comercio de Perú, es el medio impreso más vendido en Iberoamérica, con cerca de 700 000 ejemplares diarios en circulación (Sociedad de Empresas Periodísticas del Perú, 2014)

Según el comunicador ecuatoriano Juan Francisco Beltrán (2014), autor del blog de periodismo la Columna Quinta, “el esquema tradicional del periodismo impreso ecuatoriano se transformó de manera radical con la popularidad del Internet y las redes sociales”

2.2. Hipótesis

2.1.2. Hipótesis General

Los habitantes en la ciudad de Babahoyo prefieren los medios digitales por el fácil acceso en sus plataformas electrónicas.

2.1.3. Subhipótesis o Derivados

- Los medios de comunicación escritos se ven afectados por los medios de comunicación digital debido a la inmediatez y fácil acceso a sus publicaciones.
- Por los escasos hábitos de lectura en la sociedad local hace que los medios de comunicación impresos se vean en obligación de cerrar.
- Las redes sociales actúan como una vitrina de publicaciones de manera inmediata es por ello que los medios impresos dejaron de ser consumidos en una gran parte.

2.2.2. Variables

Variable Independiente.

Análisis situacional de los medios impresos

Variable Dependiente.

Medios digitales en la ciudad de Babahoyo

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación se desarrollará en la ciudad de Babahoyo, se aplicará una serie de procedimientos básicos como: análisis e interpretación de la información, los cuales permitirán reforzar el proceso investigativo. Los materiales que se utilizarán para el diseño, construcción y desarrollo de la investigación serán: computadora, internet, impresora, cámara fotográfica, flash memory, papelería, celular y libros.

3.2. MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN

Método Científico: Se aplicará en la elaboración del marco teórico y estudio de literatura que permita recolectar conceptualización de libros, al igual que el internet aportarán como herramienta para el trabajo investigativo.

3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Es una investigación descriptiva ya que permitirá conocer de manera más detallada cómo se encuentra la situación actual de los medios impresos y digitales en la ciudad de Babahoyo, todo esto mediante el análisis de las variables involucradas que permitirán brindar una mayor comprensión.

3.4. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.

Método deductivo.- Este método permitirá analizar el principal problema de la investigación, basado en la globalización digital o era digital y si está afectando de alguna manera a los medios impresos de la ciudad de Babahoyo.

Encuestas.- Esta técnica se aplicará con la intención de determinar la opinión pública sobre el tema a investigar, la misma que se aplicará a ciudadanía de la capital de la provincia de Los Ríos.

Cuestionario.- A través de esta técnica se podrá conseguir información concreta del tema a investigar y sobre las primordiales necesidades del problema aplicándola a profesional de la comunicación social en la ciudad de Babahoyo.

3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA DE INVESTIGACIÓN

3.5.1. Población

La población con la que realizó la investigación son los habitantes de la ciudadela el Chorrillo en la ciudad de Babahoyo.

3.5.2. Muestra

El muestreo utilizado para la presente investigación es de 50 involucrados los mismos que son los habitantes de la ciudadela el Chorrillo en la ciudad de Babahoyo.

3.6. PRESUPUESTO

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO
Compra de materiales a utilizar (papel y tinta para impresora)	2 (resma) 3 (cartuchos)	\$30.00
Servicio de internet	4 meses	\$80.00
Discos compactos	3	\$2.00
Anillados	3	\$3.00
Sobre manila, carpeta	2	\$1.00
Viatico, transporte y otros	4 meses	\$40.00
Libreta de apuntes	2	\$3.00
Total		\$159

Tabla N° 2: Presupuesto

Autor: Alan Yépez Monserrate

3.7. CRONOGRAMA DEL PROYECTO

Actividades	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
Capítulo I.- del problema	12 al 20					
investigación						
Situación Problemática	22 al 29					
Justificación y		2 al 10				
Objetivos de Investigación						
Capítulo II Marco teórico o Referencial		12 al 15				
Capítulo III.- Metodología de la			16 AL 22			
investigación						
Dedicatoria				5 AL 10		
Agradecimiento						
Resultado del trabajo de graduación					15 AL 20	
Capítulo III.- resultados de la					23 AL 30	
investigación						
Capítulo IV.- propuesta teórica de						2 AL 15
aplicación						

Tabla N° 3: Cronograma del proyecto

Autor: Alan Yépez Monserrate

CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN

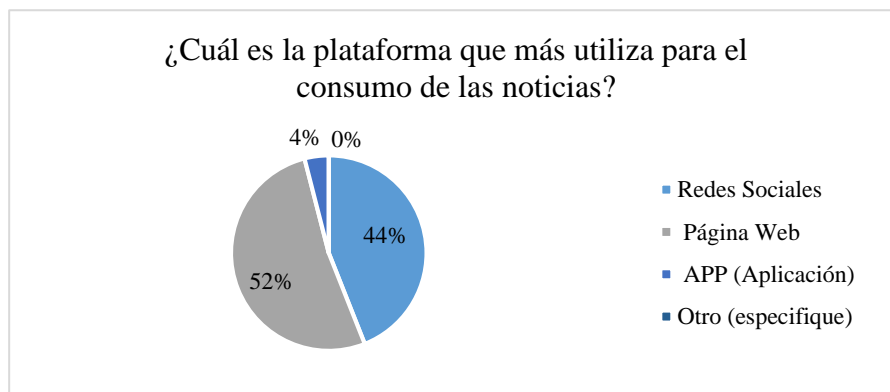
1. ¿Cuál es la plataforma que más utiliza para el consumo de las noticias? (Escoja la principal)

TABLA # 4. PLATAFORMAS

MODALIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Redes Sociales	22	44%
Página Web	26	52%
Aplicación	2	4%
Otro	0	0%
TOTAL	50	100%

Autor: Alan Yépez Monserrate

GRAFICO # 2. PLATAFORMAS



Autor: Alan Yépez Monserrate

ANÁLISIS.- los datos obtenidos señalan que el cincuenta y dos por ciento de las personas encuestadas prefieren utilizar como plataforma para estar informados a las páginas web seguido de las redes sociales con un cuarenta y cuatro por ciento.

INTERPRETACIÓN.- Son 26 las personas que indicaron a través de la encuesta que se informan en plataformas digitales, 22 personas en redes sociales, 2 en redes sociales y 0 en otro tipo de medio.

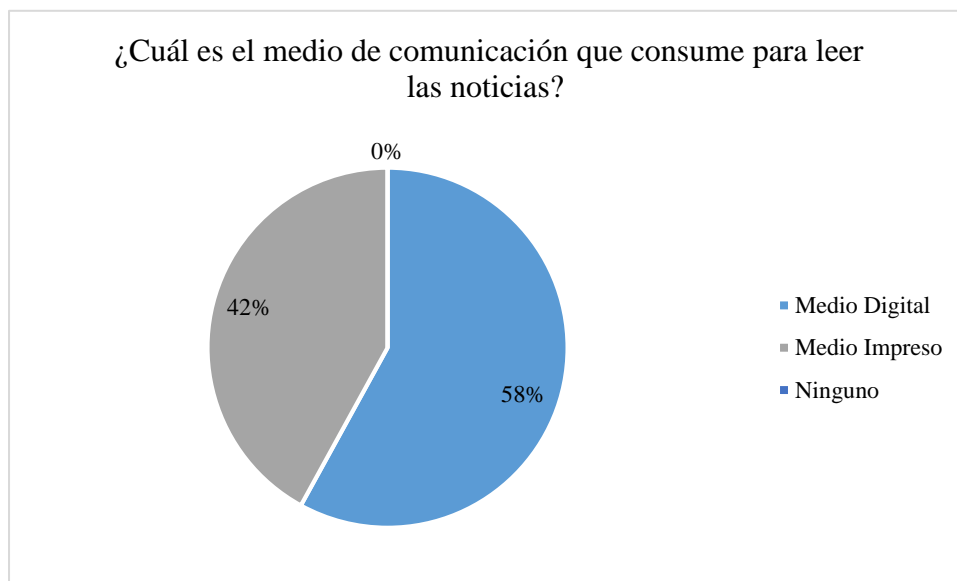
2.- ¿Cuál es el medio de comunicación que consume para leer las noticias?

TABLA # 5.- MEDIO DE COMUNICACIÓN

MODALIDA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Medio Digital	29	58%
Medio Impreso	21	42%
Ninguno	0	0%
TOTAL	50	100%

Autor: Alan Yépez Monserrate

GRAFICO# 3.- MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Autor: Alan Yépez Monserrate

ANALISIS.- según la encuesta la población está consumiendo medios de comunicación digital con 58% en los resultados y un 42% es el consumo de medios impresos.

INTERPRETACIÓN.- Son 29 las personas que indicaron a través de la encuesta, que utilizan los medios de comunicación digitales para acceder a las noticias y 21 personas los medios de comunicación impresos.

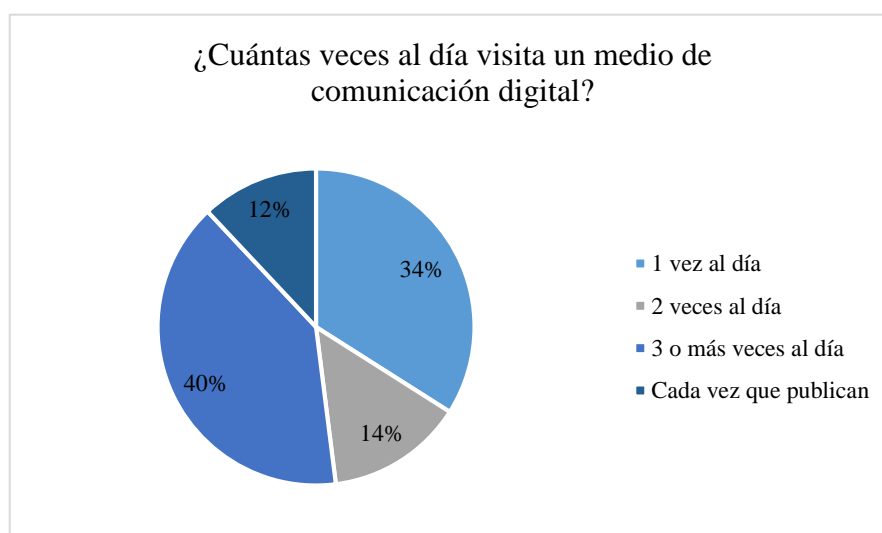
3. ¿Cuántas veces al día visita un medio de comunicación digital?

TABLA # 6.- MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL

MODALIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 vez al día	17	34%
2 veces al día	7	14%
3 o más veces al día	20	40%
Cada vez que publican	6	12%
TOTAL	50	100%

Autor: Alan Yépez Monserrate

GRAFICO #4.- MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL



Autor: Alan Yépez Monserrate

ANÁLISIS.- según la encuesta la población está consumiendo medios de comunicación digital 3 o más veces al día con un 40% de los encuestados y 1 vez al día con el 34% de la población.

INTERPRETACIÓN.- Son 20 las personas que indicaron a través de la encuesta que utilizan los medios de comunicación digitales 3 o más veces al día para acceder a las noticias, 17 lo hacen 1 vez al día, 7 lo hacen 2 veces al día y 6 cada vez que publican.

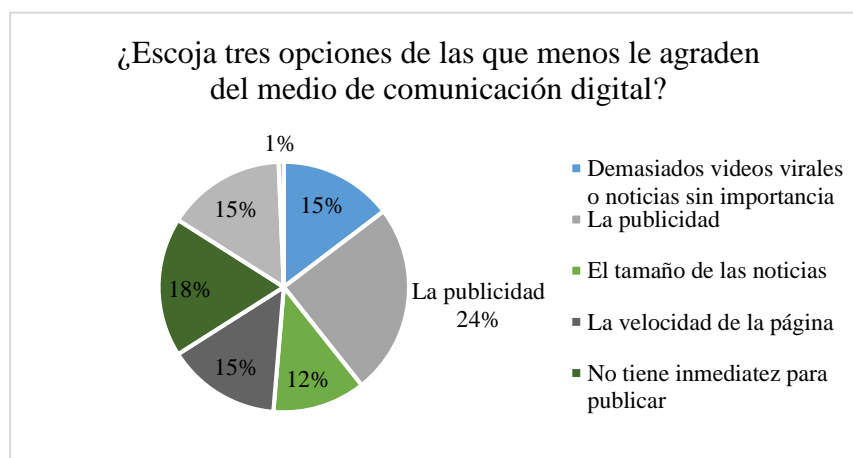
4.- ¿Escoja tres opciones de las que menos le agraden del medio de comunicación digital?

TABLA # 7.- AGRADO DE MEDIOS DIGITALES

MODALIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Demasiados videos virales o noticias sin importancia	22	15%
La publicidad	37	24%
El tamaño de las noticias	18	12%
La velocidad de la página	22	15%
No tiene inmediatez para publicar	27	18%
Falta de veracidad al informar	23	15%
La interacción con el usuario	1	1%
TOTAL	150	100%

Autor: Alan Yépez Monserrate

GRAFICO # 5.- AGRADO MEDIOS DIGITAL



Autor: Alan Yépez Monserrate

ANALISIS.- según la encuesta la población con un 24% indica que existe mucha publicidad en los medios digitales seguido de la inmediatez al informar con un 18%.

INTERPRETACIÓN.- A 37 personas no le agrada de la comunicación digital la publicidad, a 22 demasiados videos virales o noticias sin importancia, a 18 el tamaño de las noticias, a 22 la velocidad de la página, a 27 no tiene inmediatez para publicar y 1 la interacción con el usuario.

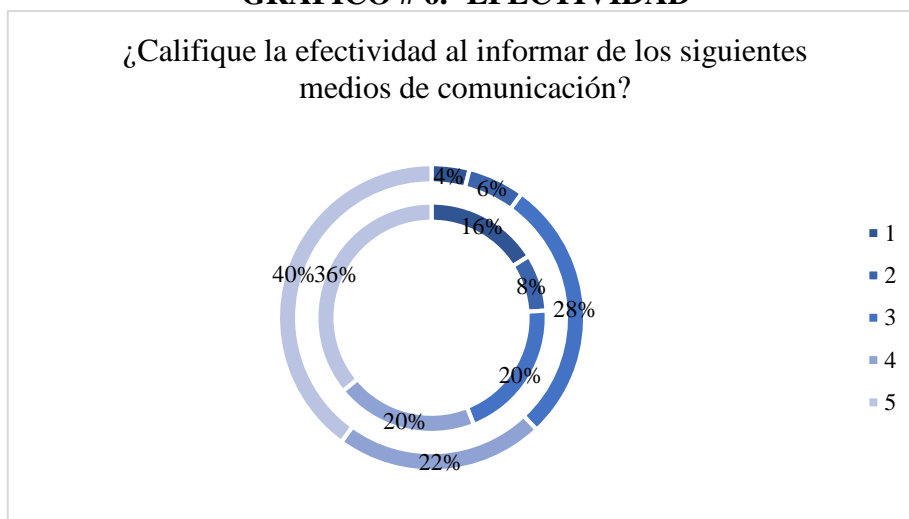
5.- ¿Califique la efectividad al informar de los siguientes medios de comunicación? (De 1 a 5, siendo 1 el menos importante y 5 el más importante)

TABLA # 8.- EFECTIVIDAD

MODALIDAD	1	2	3	4	5	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Medios impresos	8	4	10	10	18	50	
TOTAL	16%	8%	20%	20%	36%		100%
Medios digitales	2	3	14	11	20	50	
TOTAL	4%	6%	22%	28%	40%		100%

Autor: Alan Yépez Monserrate

GRAFICO # 6.- EFECTIVIDAD



Autor: Alan Yépez Monserrate

ANÁLISIS.- según la encuesta la población con un 36% indica que existe efectividad al informar en los medios de comunicación impresos y un 40% en los medios de comunicación digitales.

INTERPRETACIÓN.- Las personas indicaron a través de la encuesta que existe mayor efectividad al informar en los medios de comunicación digitales que en los medios de comunicación impresos.

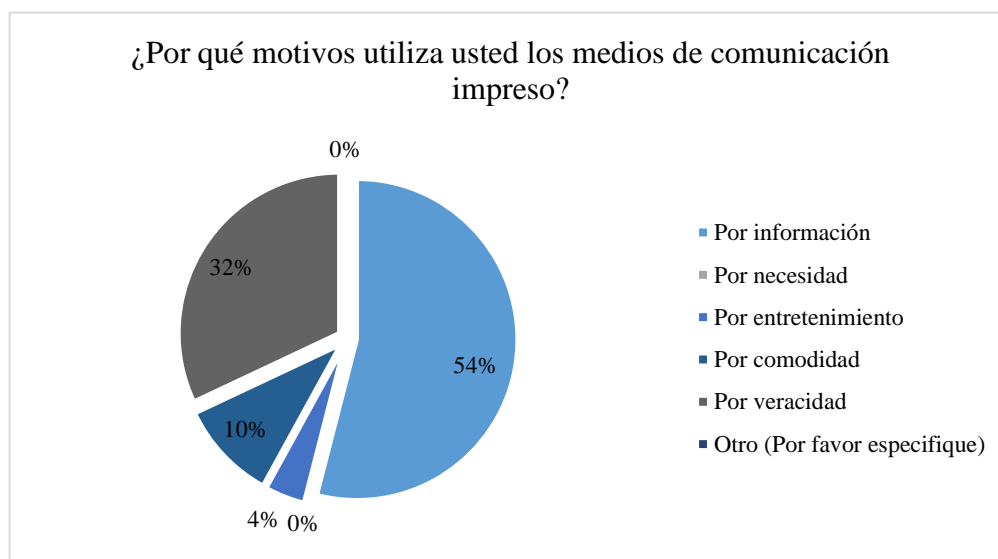
6.- ¿Por qué motivos utiliza usted los medios de comunicación impreso?

TABLA # 9.- MEDIOS IMPRESOS

MODALIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por información	27	54%
Por necesidad	0	0%
Por entretenimiento	2	4%
Por comodidad	5	10%
Por veracidad	16	32
Otro (Por favor especifique)	0	0%
TOTAL	50	100%

Autor: Alan Yépez Monserrate

GRAFICO # 7.- MEDIOS IMPRESOS



Autor: Alan Yépez Monserrate

ANÁLISIS.- según la encuesta la población con un 54% indican que utilizan los medios de comunicación impresos por la información que existen en ellos.

INTERPRETACIÓN.- Son 27 las personas que indicaron a través de la encuesta preferencias por los medios de comunicación impresos por la información que existen en ellos, 2 por entretenimiento, 5 por comodidad y 16 por la veracidad.

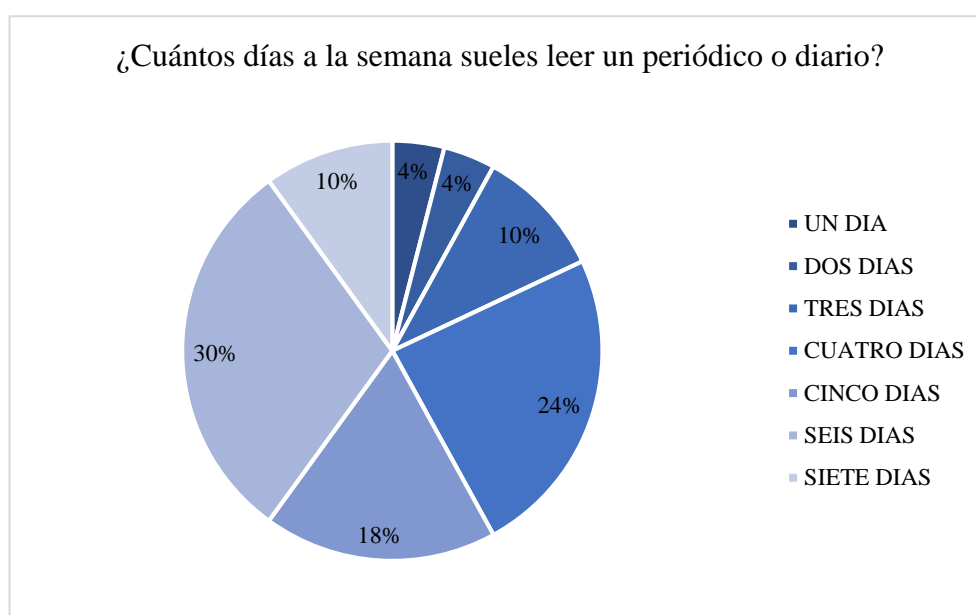
7.- ¿Cuántos días a la semana sueles leer un periódico o diario?

TABLA # 10.- LEER MEDIOS IMPRESOS

MODALIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Un día	2	4%
Dos días	2	4%
Tres días	5	10%
Cuatro días	12	24%
Cinco días	9	18%
Seis días	15	30%
Siete días	5	10%
TOTAL	50	100%

Autor: Alan Yépez Monserrate

GRAFICO # 8.- LEER MEDIOS IMPRESOS



Autor: Alan Yépez Monserrate

ANALISIS.- según la encuesta la población con un 30% indican que leen medios de comunicación impresos seis días a la semana.

INTERPRETACIÓN.- Las personas encuestadas 15 indicaron que leen medios de comunicación impresos seis días a la semana, 2 un día, 2 dos días, 5 tres días, 12 cuatro días, 9 cinco días y 5 siete días.

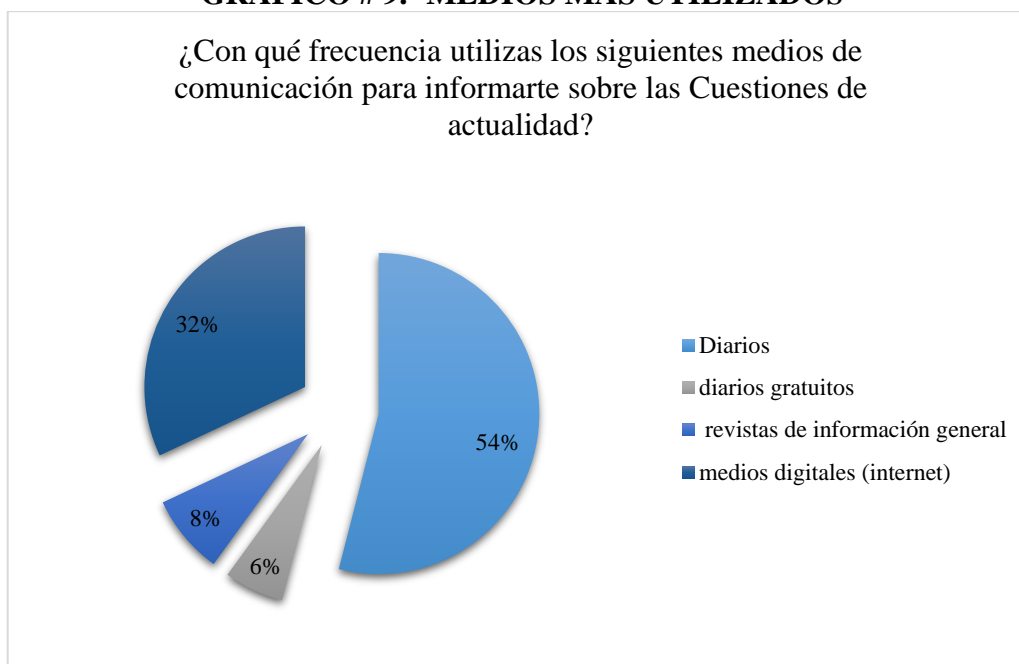
8. ¿Con qué frecuencia utilizas los siguientes medios de comunicación para informarte sobre las Cuestiones de actualidad?

TABLA # 11.- MEDIOS MÁS UTILIZADOS

MODALIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diarios	27	54%
diarios gratuitos	3	6%
revistas de información general	4	8%
medios digitales (internet)	16	32%
TOTAL	50	100%

Autor: Alan Yépez Monserrate

GRAFICO # 9.- MEDIOS MÁS UTILIZADOS



Autor: Alan Yépez Monserrate

ANÁLISIS.- según la encuesta la población con un 54% indican su preferencia por los medios impresos y un 32% por los medios digitales.

INTERPRETACIÓN.- Son 27 personas indicaron a través de la encuesta que prefieren medios de comunicación impresos, 16 personas eligieron los medios digitales, 4 eligieron revistas de información general y 3 diarios gratuitos.

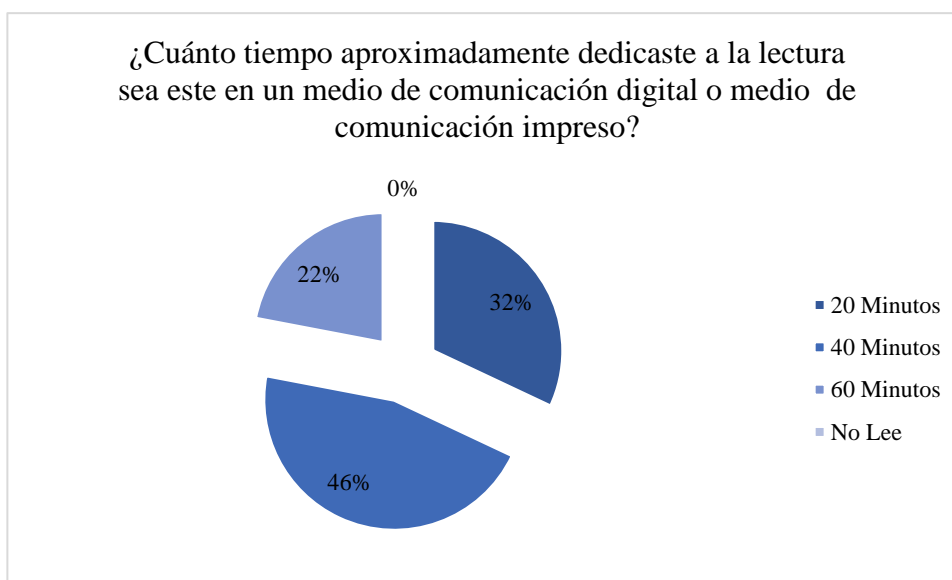
9.- ¿Cuánto tiempo aproximadamente dedicaste a la lectura sea este en un medio de comunicación digital o medio de comunicación impreso?

TABLA # 12.- TIEMPO DE LECTURA

MODALIDA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20 Minutos	16	32%
40 Minutos	23	46%
60 Minutos	11	22%
No Lee	0	0%
TOTAL	50	100%

Autor: Alan Yépez Monserrate

GRAFICO # 10.- TIEMPO DE LECTURA



Autor: Alan Yépez Monserrate

ANALISIS.- según la encuesta la población con un 46% indican su que leen por un tiempo de 40 minutos en medios impresos como digitales.

INTERPRETACIÓN.-De las personas encuestadas 16 de estas mencionaron que dedican a la lectura 20 minutos, 23 mencionaron que dedican 40 minutos 11 lo hacen por 60 minutos.

10.- ¿Cree Ud. que leer medios de comunicación impresos ayuda en el estado de salud visual al contrario de los medios digitales?

TABLA # 13.- SALUD VISUAL

MODALIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
si	48	96
no	0	0%
no se	2	4%
TOTAL	50	100%

Autor: Alan Yépez Monserrate

GRAFICO # 11.- SALUD VISUAL



Autor: Alan Yépez Monserrate

ANALISIS.- Según la encuesta la población con un 96% indica su que al leer medios de comunicación impresos están protegiendo su estado de salud.

INTERPRETACIÓN.- Son 96 personas indicaron a través de la encuesta que leer medios de comunicación impresos ayuda en su salud visual y 2 personas desconocían del tema.

4.2. CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES

4.2.1. Específicas

La razón por la cual las personas optan por informarse a través de los medios de comunicación digitales es porque ofrece información con inmediatez, debido a que se realizan publicaciones periódicamente.

A lo largo de esta investigación, se ha planteado que el internet es un medio de comunicación y que a diario ha tomado fuerza e importancia en todas las áreas de nuestras vidas, dejando en segundo plano los medios de comunicación impresos y el hábito de la lectura.

Las redes sociales son consumidas precisamente por la gran cantidad de información que transita por la web; pero plasmándola de manera adecuada en el papel se podrá llamar el interés de la audiencia local cambiando estereotipos actuales.

4.2.2. General

Las plataformas digitales se han convertido en un aspecto fundamental para cualquier empresa, puesto que es una nueva forma de comunicación. Dentro del sector de los medios de comunicación las plataformas digitales tienen una mayor importancia porque además de ser una herramienta de comunicación se puede difundir contenidos para aumentar la audiencia.

4.3. RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES

4.3.1. Específicas.

Se recomienda mantener el contacto con la audiencia entregando los periódicos impresos a bajos precios hasta estar posesionados en la localidad.

Conociendo la situación actual de los medios de comunicación impresos en la ciudad de Babahoyo se recomienda mantener énfasis en los temas de interés.

Despertar interés de la audiencia con noticias gráfica y de esta forma pueda adquirir el hábito de la lectura.

4.3.2. General.

Se recomienda que los medio de comunicación impreso lleven características innovadoras, con las necesidades de informar a través de graficas atrayentes a la población local cuyos hábitos de lectura han cambiado.

CAPÍTULO V

PROPUESTA TEORICA DE APLICACIÓN.

5.1. PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS.

Crear un medio de comunicación impreso con características no tradicionales, con las necesidades de informar a la población local cuyos hábitos de lectura han cambiado, la información será rápida, titulares visuales sin entrar en detalles e infografías con graficas atrayentes.

5.1.1. Alternativa obtenida.

Mediante los resultados de la investigación, y con las encuestas realizadas, la alternativa obtenida se basa en emprender nuevas iniciativas, ante la evidencia de que el público joven entre 18 a 25 años pide algo absolutamente distinto a lo que los medios de comunicación escritos publican cada día.

Está claro que la audiencia que consume actualmente los medios de comunicación y nacidas bajo la influencia del internet, prefiere las noticias locales cortas, con segmentos importantes de información sobre entretenimiento, deportes y estilo de vida, sin importarles temas políticos, editoriales y espacios de opinión.

Esta estrategia de innovación o de cambio se dio en el año 2003 en el Reino Unido que después de un estudio realizado por el departamento financiero se constató que las ventas habían caído en un 30% en ese año, por tanto Holanda se lanzó un diario pensando en los niños de 11 a 14 años en abril del 2003 bajo el nombre KidsWeek, con una estructura dividida en cinco segmentos: Mi mundo, Mi país, Mi entorno, Mi cuerpo y Mi placer.

5.1.2. Alcance de la alternativa.

En la presente propuesta se quiere lograr la creación un medio de comunicación

impreso con características no tradicionales, con las necesidades de informar a la población local cuyos hábitos de lectura han cambiado, se quiere crear un entorno influyente con espacios gráficos muy atractivos por los lectores de la localidad.

5.1.3. Aspectos básicos de la alternativa.

5.1.3.1. Antecedentes.

En la ciudad de Babahoyo los medios de comunicación impreso están dejando de circular, la relación entre lo digital y lo tradicional ha sido un hecho, no se trata de que lo digital elimine a lo impreso, hoy en día el presente obliga a que ambos medios de comunicación convivan y que se produzca contenido de acuerdo a la exigencia de la audiencia que busca de la inmediatez.

Estamos en plena era de transformación digital, y los medios de comunicación no están libres de los desafíos que se plantean en este nuevo ciclo, la cual obligará a los medios de comunicación escritos a aventurarse por diseños innovadores, este fue el tema en la conferencia llamada retos digitales realizado por el diario El Comercio, que contó con la presencia de Jacek Utko diseñador Polaco, jefe de diseño de más de 20 periódicos alrededor del mundo.

En uno de sus libros Pascual Serrano menciona “La prensa ha muerto”, será que la llamada era digital o el desarrollo de Internet está acordonando la los medios de comunicación, hoy por hoy las personas recurren a los medios electrónicos para recabar información.

“Romper esas barreras entre texto e imagen es una de las tendencias más atractivas”, acotó Jacek Utko, por otro lado indicó que los medios de comunicación impresos del futuro tendrán que apostar por diseños innovadores y atrevidos, que se asemejan a revistas actuales.

Sin embargo, el contexto muestra que aunque existen personas que lee las noticias a diario en línea y revisa blogs y sitios web de información, acuden a los medios de comunicación impresos cuando quieren obtener las noticias en sus manos y leer algo en lo

que confían.

5.1.3.2. Justificación

Los medios impresos muestran variedad en sus contenidos los mismos deben estar en constante cambio para que no se vea afectado por la era digital y una audiencia que hoy en día busca algo rápido vistoso eh innovador, los medios de comunicación impresos deben cumplir y estar a la par de los avances.

Por tanto con la investigación se pretende demostrar la situación actual de los medios de comunicación impresos y digitales en la ciudad de Babahoyo, identificando aspectos importantes como sociales, económicos y educativos, de la audiencia en la localidad.

Los medios de comunicación impresos atraviesan por un período de cambio a lo largo de la historia, sin embargo la celeridad de los avances tecnológicos y las nuevas posibilidades de comunicación a través del internet obligan a realizar frecuentes innovaciones en el proceso comunicacional impreso.

Con el antecedente anotado en líneas anteriores y como un actor de la comunicación social pretendo aportar mediante el proceso investigativo, algunas ideas para la creación de un medio digital que llegara a los habitantes de la ciudad de Babahoyo, con una estructura no tradicional.

5.2. OBJETIVOS.

5.2.1. General.

Crear un medio de comunicación impreso con características no tradicionales, con

las necesidades de informar a la población local cuyos hábitos de lectura han cambiado

5.2.2. Específicos.

Despertar el interés de lectura en la audiencia local, con publicaciones graficas e innovadoras.

Publicar periódicamente segmentos con información sobre entretenimiento, deportes y estilo de vida, para incentivar en los hábitos de la lectura.

Generar un contacto directo, precios bajos y atrayente para que la audiencia local tenga razones para el consumo de los medios de comunicación impresos.

5.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA

5.3.1. Título.

Medios de comunicación impreso

5.3.2. Componentes.

La propuesta se la compone de la siguiente manera:

Diagnostico.- existen medios de comunicación como la tv, radio, internet y medios escritos, sin embargo en los resultados de la encuesta realizada podemos darnos cuenta que los habitantes en la ciudad de Babahoyo prefieren informarse a través de los medios impresos con características dinámicas e innovadoras.

Marco legal de la creación del medio.-

LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

(Decreto No. 214)

Capítulo I

OBJETIVO Y DEFINICIONES

Art. 36.- Copias de programas e impresos.- Los medios de comunicación impresos guardarán copias digitales de sus ediciones físicas y respaldos de sus ediciones digitales al menos por ciento ochenta (180) días contados desde su publicación, de igual forma que lo hacen los medios audiovisuales de acuerdo al Art. 91 de la Ley Orgánica de Comunicación. Bastará una solicitud realizada por correo electrónico con copia a la Superintendencia de la Información y Comunicación o mediante una nota física dirigida a él o la defensora de las audiencias en el caso de medios nacionales, o a él o la directora del medio que no tenga alcance nacional, para solicitar y obtener copias digitales de programas de radio, televisión y de las ediciones físicas o digitales de los medios impresos, sin perjuicio de que el medio pueda entregar una copia física del impreso, lo cual se hará en un plazo no mayor a 72 horas contadas a partir de presentada la solicitud. Para los efectos de aplicar la sanción administrativa establecida en el Art. 28 de la Ley Orgánica de Comunicación, el o la defensora de las audiencias al igual que él o la directora del medio tienen la obligación de extender una fe de presentación de las solicitudes que le presenten por escrito. El mismo valor probatorio tendrá el sello postal colocado por una empresa de correo pública o privada en la solicitud dirigida al medio de comunicación, así como una impresión de un correo electrónico que contenga la solicitud de copia dirigida al defensor de las audiencias así como al director del medio de comunicación.

Art. 37.- Registro Público de Medios.- El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación llevará un registro público de los medios de comunicación, para lo cual implementará una aplicación en línea que deberá ser actualizada de manera obligatoria por cada medio, una vez al año hasta el 31 de marzo. En dicho registro se recogerán, al menos, los siguientes datos:

1. Razón social de la empresa de comunicación.

2. Nombre comercial del medio de comunicación o marcas de sus productos comunicacionales.
3. Nombre del representante legal y datos de contacto del medio de comunicación.
4. Dirección, teléfono y correo electrónico de contacto del medio de comunicación.
5. Número de RUC y, en caso de tenerlo, número de RUP.
6. Frecuencia (s) del espectro radioeléctrico en caso de ser concesionario de una o más de ellas para la operación del medio.
7. Fecha de otorgamiento y vencimiento de la concesión.
8. Número y ubicación de repetidoras.
9. Cobertura geográfica del medio, de acuerdo a lo establecido en el Art. 6 de la Ley Orgánica de Comunicación.
10. Identificar si el medio es de carácter nacional.
11. Nómina de los accionistas con número de cédula. La información del registro puede ser cruzada con las bases de datos de las instituciones públicas. El registro no será exigido como requisito previo de habilitación en la actividad

SUPERINTENDENCIA DE COMUNICACIÓN

Art. 33.- Derecho a la creación de medios de comunicación social.

Todas las personas, en igualdad de oportunidades y condiciones, tienen derecho a formar medios de comunicación, con las limitaciones constitucionales y legales establecidas para las entidades o grupos financieros y empresariales, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas.

La violación de este derecho se sancionará de acuerdo a la ley.

Promoción

No solo basta en entrega noticias al gusto del lector, también habrá promociones en trípticos y volantes que se entregaran como estrategia de marketing a quienes pases por los puntos de venta.

Precio: 40ctvs

Los fines de semana vendrán revistas educativas salud, deporte, arte y ciencias

geográficas.

Diseño

El medio de comunicación impreso tendrá características muy visuales y atractivas a los lectores de la localidad.



ALIMENTOS CLAVE PARA DEPORTISTAS VEGANOS

Soja y derivados: legumbre con alto valor proteico, mayor nivel de la carne, además contiene vitaminas A, D, E y sales minerales como el Calcio, Potasio, Fósforo o Hierro.

Sésamo y Lino: el sésamo es muy rico en ácidos grasos esenciales así como una gran fuente de Calcio, mayor que los lácteos. El lino es una gran fuente de proteína y Omega-3.

Maca: otorga muchos aminoácidos esenciales y proteína vegetal, además de vitaminas de grupo B, hierro, cobre, manganeso, yodo, Fluoruro, selenio, fósforo y alcaloides (macamidas). Complementa la dieta y mejora el metabolismo y el ciclo energético.

Ciruela Umeboshi: fruto fermentado (acción probiótica), alcalinizante y muy rico en magnesio, potasio, fósforo, calcio y hierro. Contrarresta los efectos del ácido láctico generado durante el esfuerzo físico y ayuda a después mejorar mejorando el rendimiento del hígado.

Nueces y otros frutos: las nueces son muy ricas en proteínas y aceites vegetales poliinsaturados, caracterizados de ácidos grasos, calcio, zinc y vitamina E y K. Todos los frutos secos aportan aminoácidos, vitaminas, grasas y oligoelementos, siempre que no estén fritos.

Espirulina y otras algas: la espirulina es muy rica en fibra, aminoácidos y oligoelementos y tiene muy alto porcentaje en proteína y Hierro. Todas las algas son muy saludables. Ricas en Yodo, Hierro y proteína, mucho más que la carne o los lácteos.

Piñanitos y electrolitos: los piñanitos son muy ricos en potasio, que junto con el Sodio y Cloro (sal) forman el 70% de esos electrolitos necesarios de la transmisión eléctrica nerviosa y muscular.

Guaraná — estimulante: tiene efectos estimulantes y vigorizantes que se producen poco a poco y duran más en el tiempo. Es estimulante cardíaco y dilata los vasos sanguíneos. Los extractos de guaraná de la transmisión eléctrica nerviosa y muscular.

QUE NO FALTE EN TU DIETA: Trigo sarraceno, Avena, Quinoa, Lentejas, Guisantes, Patatas, Levadura de Cerveza, Sal del Himalaya, Ginseng, Té, Tahini, Gomasio, Tempeh, Chucrut, Mango, Aguacate, Acai, Zanahorias, Arándanos, Bayas de Goji, Broccoli, Pimientos, Tomates, Anacardos, Nueces, Almendras, Piñones, Limón, Pomelo, Manzana, Aceite de Oliva, Pipas girasol y calabaza, Estevia, Pañela, y Dátiles.

CONTAMINACIÓN AMBIENTAL

Es uno de los problemas ambientales más importantes que afectan nuestro mundo y surge cuando se produce un desequilibrio, como resultado de la adición de cualquier sustancia al medio ambiente.

CAUSAS

- El 97 de las personas contribuyen en la contaminación.
- La contaminación puede surgir a partir de ciertas manifestaciones de la naturaleza.
- Debido a los diferentes procesos productivos del hombre (fuentes antropogénicas) que conforman las actividades de la vida diaria.

CONSECUENCIAS

- Deteriora cada vez más a nuestro planeta.
- Amenaza contra la vida de plantas, animales y personas.
- Amenaza contra la vida de plantas, animales y persona.
- Convierte en un elemento no consumible al agua.
- En los suelos contaminados no es posible la siembra.

2 HISTORIAS UN FINAL

EL MARAVILLOSO MUNDO DEL DINERO

\$4000 MILLONES

EL VALOR DE LA COMPAÑÍA

WALT DISNEY vs MARVEL

5.4. RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA.

La investigación tendrá como beneficiario a los habitantes de la ciudad de Babahoyo, porque de esta forma tendrán la lectura como habito siendo esta un principios importantes

para poder desempeñarse, los medios de comunicación impresos se venderán en puntos estratégicos que lleguen a la audiencia joven.

Los habitantes de 10 a 15 años se beneficiarán con espacios de información infantiles, comunicando con caricaturas que atraigan y estimulen el hábito a leer, la sociedad local en la ciudad de Babahoyo podrá leer tema de interés y desarrollar las destrezas de comprensión lectora.

BIBLIOGRAFÍA

Aguirre, G. (21 de abril de 2017). <https://es.calameo.com/read/001865759c32b39942b4c>.
Obtenido de <https://es.calameo.com/read/001865759c32b39942b4c>:

www.es.calameo.com

Alejoojaj. (8 de noviembre de 2013). *MEDIOS IMPRESOS PERIODICOS Y REVISTAS*.
Obtenido de IN SLIDE SHARE: <https://es.slideshare.net/alejoojaj/medios-impresos-periodicos-y-revistas>

Anonimo. (20 de marzo de 2018). <https://www.curiosfera.com/historia-del-periodico/>.
Obtenido de <https://www.curiosfera.com/historia-del-periodico/>:
www.curiosfera.com

Antioquia tic. (1 de mayo de 2018). <http://www.antioquiatic.edu.co/noticias-general/item/209-los-medios-de-comunicacion>.
Obtenido de <http://www.antioquiatic.edu.co/noticias-general/item/209-los-medios-de-comunicacion>:
www.antioquiatic.edu.co

Avancetecnologicoweb. (27 de SEPTIEMBRE de 2017).
<https://avancetecnologicoweb.wordpress.com/2017/09/27/whatsapp/>.
Obtenido de <https://avancetecnologicoweb.wordpress.com/2017/09/27/whatsapp/>:
avancetecnologicoweb.wordpress.com

Bárbara, A. y. (S/F de S/F de S/F). *TECNOLOGIA DE LA INFORMACION Y LAS COMUNICACIONES*.
Obtenido de *TECNOLOGIA DE LA INFORMACION Y LAS COMUNICACIONES*:
<https://lasnuevasticsinformaticas.wordpress.com/%C2%BFcuales-son-los-medios-de-comunicacion-impresos-que-mas-evolucionaron/>

Bastidas, D. a. (01 de 04 de 2013). *IDENTIDAD CULTURAL*.
Obtenido de *IDENTIDAD CULTURAL*:
<https://arturoleonb.wordpress.com/2013/04/01/identidad-cultural/>

Bembibre, C. (19 de diciembre de 2013). <https://www.definicionabc.com/?s=Prensa>.
Obtenido de <https://www.definicionabc.com/?s=Prensa>:
www.definicionabc.com

Botrel, J.-F. (s/f de s/f de s/f). *biblioteca virtual miguel de cervantes*.
Obtenido de biblioteca virtual miguel de cervantes:
http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/la-construccion-de-una-nueva-cultura-del-libro-y-del-impreso-en-el-siglo-xix-0/html/0133e0f2-82b2-11df-acc7-002185ce6064_2.html

Caballero, V. (6 de 12 de 2014). Cultura en medios impresos, en decadencia: Virgilio Caballero.

Cultura en medios impresos, en decadencia: Virgilio Caballero. guadalajara, mexico.

Cajal, A. (2018). *Lifeder.com*. Obtenido de Lifeder.com:
<https://www.lifeder.com/identidad-cultural/>

Casero, R. A. (2012). Más allá de los diarios: el consumo de noticias de los jóvenes en la era digital. *COMUNICAR*, 20-39.

CASTILLO, V. (7 de OCTUBRE de 2016). <https://mundonegocios.net/similitudes-y-diferencias-entre-los-medios-impresos-y-medios-online/>. Obtenido de <https://mundonegocios.net/similitudes-y-diferencias-entre-los-medios-impresos-y-medios-online/>: WWW.mundonegocios.ne

Cepal. (5 de mayo de 2002). <https://www.cepal.org/es/comunicados/globalizacion-desarrollo>.

Obtenido de <https://www.cepal.org/es/comunicados/globalizacion-desarrollo>: www.cepal.org

Concepto. (2 de FEBRERO de 2019). <https://concepto.de/que-son-y-cuales-son-los-medios-de-comunicacion/>. Obtenido de <https://concepto.de/que-son-y-cuales-son-los-medios-de-comunicacion/>: www.concepto.de

CONTENIDOS, M. D. (2018). Texto impreso vs. Texto web: ¿cuáles son las principales diferencias? *hotmartblog*, 1-5.

Cordicom. (16 de 4 de 2015). *consejo de regulacion y desarrollo de la informacion y comunicacion*. Obtenido de consejo de regulacion y desarrollo de la informacion y comunicacion:
<http://www.cordicom.gob.ec/cordicom-aprueba-reglamento-para-la-difusion-de-contenidos-interculturales-en-medios/>

Cuadra, E. d. (26 de enero de 2016).

<https://webs.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuadern5/elena.htm#1.1.%C2%BFQu%C3%A9%20es%20Internet?>. Obtenido de <https://webs.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuadern5/elena.htm#1.1.%C2%BFQu%C3%A9%20es%20Internet?>: www.webs.ucm.es

Cuenca, U. d. (21 de 01 de 2010). *Monografias plus*. Obtenido de Monografias plus: <https://www.monografias.com/docs/Identidad-cultural-del-ecuador-P3JSM4RYBY>

- DESIGN, Z. (5 de ENERO de 2017). <http://www.asomedios.com/medios-digitales/>.
Obtenido de <http://www.asomedios.com/medios-digitales/>:
www.asomedios.com
- Domínguez, D. E. (23 de abril de 2015).
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7453/1/tesis%20Diana.pdf>.
Obtenido de
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7453/1/tesis%20Diana.pdf>
: www.repositorio.ug.edu.ec
- DONATIP, P. (1995). Cultura y comunicación. Una perspectiva relacional.
communication & society, págs. 61-75.
- ECUADOR, C. (19 de 03 de 2011). *CORAJE-ECUADOR*. Obtenido de CORAJE-
ECUADOR:
[https://sites.google.com/site/corajeecuador/ide](https://sites.google.com/site/corajeecuador/identidad-y-cultura)
[ntidad-y-cultura](https://sites.google.com/site/corajeecuador/identidad-y-cultura) Editorial. (1997). La cultura y los
medios. *criterio digital sociedad fe cultura*, 15-17.
- Fiallos, R. C. (13 de DICIEMBRE de 2017).
[https://www.eluniverso.com/opinion/2017/12/13/no](https://www.eluniverso.com/opinion/2017/12/13/nota/6524230/se-reduce-analfabetismo-digital)
[ta/6524230/se-reduce- analfabetismo-digital](https://www.eluniverso.com/opinion/2017/12/13/nota/6524230/se-reduce-analfabetismo-digital).
Obtenido de
[https://www.eluniverso.com/opinion/2017/12/13/](https://www.eluniverso.com/opinion/2017/12/13/nota/6524230/se-reduce-analfabetismo-digital)
[nota/6524230/se-reduce- analfabetismo-digital](https://www.eluniverso.com/opinion/2017/12/13/nota/6524230/se-reduce-analfabetismo-digital):
www.eluniverso.com
- Garcia, R. (20 de junio de 2018). <https://prezi.com/p/eqrmdehlrcai/medios-impresos/>.
Obtenido de [https://prezi.com/p/eqrmdehlrcai/medios-](https://prezi.com/p/eqrmdehlrcai/medios-impresos/)
[impresos/](https://prezi.com/p/eqrmdehlrcai/medios-impresos/): www.prezi.com Giménez. (s.f.). *Giménez*. Obtenido de
www.prezi.com Giménez.
- Gómez, O. (18 de 03 de 2014). *prezi*. Obtenido de *prezi*:
[https://prezi.com/4ak7mobvcbm/definicion-de-los-](https://prezi.com/4ak7mobvcbm/definicion-de-los-medios-impresos/)
[medios-impresos/](https://prezi.com/4ak7mobvcbm/definicion-de-los-medios-impresos/)
- Guaglianone, M. (19 de septiembre de 2007).
<https://www.aporrea.org/medios/a41824.html>.
Obtenido de
<https://www.aporrea.org/medios/a41824.html>:
<https://www.aporrea.org/medios/a41824.html>
- JIJON, C. (25 de MAYO de 2018). [http://actualidadradio.com/noticias/la-](http://actualidadradio.com/noticias/la-situacion-de-los-medios-de-comunicacion-en-ecuador-es-asfixiante/)
[situacion-de-los- medios-de-comunicacion-en-ecuador-es-asfixiante/](http://actualidadradio.com/noticias/la-situacion-de-los-medios-de-comunicacion-en-ecuador-es-asfixiante/).
Obtenido de [http://actualidadradio.com/noticias/la-situacion-de-los-](http://actualidadradio.com/noticias/la-situacion-de-los-medios-de-comunicacion-en-ecuador-es-asfixiante/)
[medios-de-comunicacion-en- ecuador-es-asfixiante/](http://actualidadradio.com/noticias/la-situacion-de-los-medios-de-comunicacion-en-ecuador-es-asfixiante/):

www.actualidadradio.com

MELCHOR, Y. M. (12 de octubre de 2012).

<https://es.slideshare.net/itzamelchorh/analisis-situacional-de-la-orgnizacin>. Obtenido de

<https://es.slideshare.net/itzamelchorh/analisis-situacional-de-la-orgnizacin>: www.es.slideshare.net

Obtenido, E. d. (4 de febrero de 2018). <https://concepto.de/internet/>.

Obtenido de <https://concepto.de/internet/>: www.concepto.de

Scolari. (2018). Analizamos los medios digitales con Carlos Scolari.

HIPERMEDIACIONES, 207. Significados. (2017). Significado de

Periódico. *Significados*, 1-2.

Sousa, J. M. (6 de noviembre de 2014). <http://www.martinezdesousa.net/>. Obtenido de

<http://www.martinezdesousa.net/>: www.martinezdesousa.net

Spa, M. d. (24 de 05 de 2004). Comunicación y diversidad cultural. *EL PAIS*.

Tecnología. (8 de ENERO de 2019). <https://conceptodefinicion.de/medios-de-comunicacion/>.

Obtenido de

<https://conceptodefinicion.de/medios-de-comunicacion/>:

WWW.conceptodefinicion.de

Tiendaseninternet.com. (6 de septiembre de 2017).

<https://www.tiendaseninternet.com/medios-digitales-definicion/>.

Obtenido de <https://www.tiendaseninternet.com/medios-digitales-definicion/>: www.tiendaseninternet.com

TORRES, J. (3 de JILIO de 2018). <https://www.lifeder.com/definicion-comunicacion-autores/>.

Obtenido de <https://www.lifeder.com/definicion-comunicacion-autores/>: www.lifeder.com

Ucha, F. (2008). Noticia.

Definición ABC, 1. UNESCO. (2017).

UNESCO. Obtenido de UNESCO:

<http://www.unesco.org/new/es/unesco/events/prizes-and-celebrations/celebrations/international-days/world-press-freedom-day/previous-celebrations/worldpressfreedomday200900/themes/the-role-of-media-in-intercultural-dialogue/>

Universidad, E. d. (6 de 5 de 2018). el libre pensador. bogota,

colombia. VALENCIA, L. (20 de abril de 2016).

http://ceipraimundodemiguel.centros.educa.jcyl.es/sitio/upload/Los_medios_de_comunicacion_impresos_y_tecnologicos.pdf. Obtenido de http://ceipraimundodemiguel.centros.educa.jcyl.es/sitio/upload/Los_medios_de_comunicacion_impresos_y_tecnologicos.pdf: www.ceipraimundodemiguel.centros.educa.jcyl.es

Vergara, R. A. (2008). *renovacion de centros historicos en grandes ciudades latinoamericanas*. Barranquilla: ediciones uninorte.

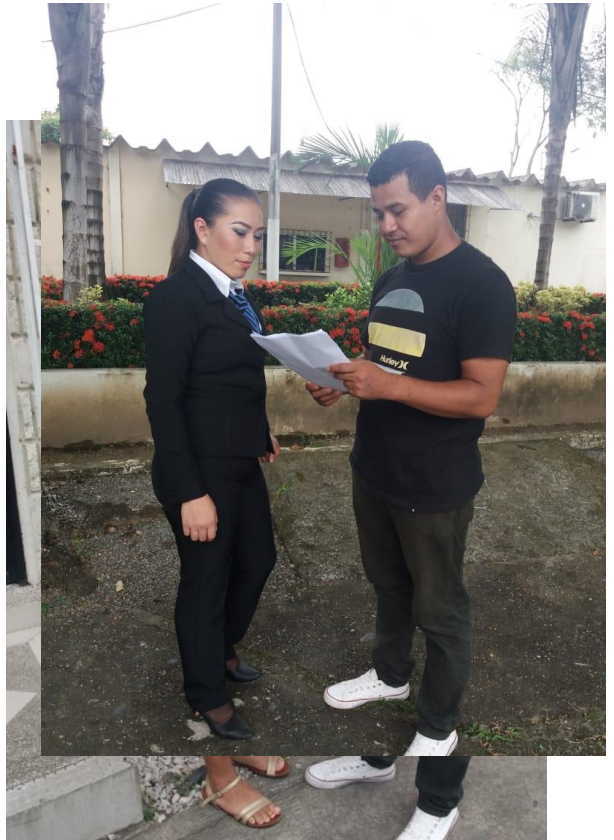
Villa, M. J. (2000).

West, D. M. (21 de julio de 2017).

<https://www.bbvaopenmind.com/articulos/avance-tecnologico-riesgos-y-desafios/>. Obtenido de <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/avance-tecnologico-riesgos-y-desafios/>: www.bbvaopenmind.com

WORDPRESS. (14 de 02 de 2010). *HISTORIA DE LOS MEDIOS*. Obtenido de HISTORIA DE LOS MEDIOS: <https://lahistoriadelosmedios.wordpress.com/2010/02/14/clasificacion-de-los-medios/>

ANEXOS



UTB inicia era de investigación científica con un Prometeo español

El Prometeo Amón García explicando la importancia de que la UTB inicie su proceso de investigación científica.

El PHD Amón García, un Prometeo español, llegó al Alma Mater para trabajar en el área de investigación.

Este investigador ha venido trabajando en el área de investigación que han conformado casi 12 Universidades del país entre otras: Milagro, Machala, Bolívar, Quevedo, Técnica de Babahoyo, y la Universidad Católica de Cuenca.

La especialización de Amón García es la Acuicultura, por lo que las autoridades de la UTB le solicitaron colaborar en la organización de proyectos de investigación a propósito de que esta universidad posee en sus predios la Estación Piscícola "Cachari".

La coordinación de esta colaboración se logró materializar en la reunión de la Red de Investigación que se realizó en Cuenca en días pasados. Para iniciar este compromiso el Prometeo García, realizó el miércoles anterior varias reuniones de trabajo en la Facultad de Agropecuaria y en el Auditorium de la FAET con docentes interesados en dedicarse a la investigación con lo cual quedó integrada la comisión que liderará las propuestas según las microlíneas de investigación.

El rector Rafael Falconi y el vicerrector académico Pedro Rodríguez al dar la bienvenida al PHD García, visiblemente complacidos por este hito institucional se comprometieron en no desmayar en estas acciones y aprovecharán la oportunidad que da la Senescyt a las universidades con Prometeos (Viejos Sabios) cuyo acompañamiento asegurará la calidad de la educación.

Amón García, Rafael Falconi y Pedro Rodríguez visitaron el mercado de mariscos de Babahoyo. Allí el PHD García muy emocionado pudo constatar la diversidad de peces y mariscos de agua dulce que hay en los ríos de esta provincia, con lo cual se puede hacer importantes investigaciones, por ejemplo por que la corvina nace, crece y vive en los alrededores de la parroquia Pimocha.

Antoniño Alcívar, director del Instituto de Investigación de la UTB junto al PHD Juan Avellaneda de la UTQ, harán un seguimiento a los docentes que ya se inscribieron y adjuntaron su hoja de vida para iniciar sus proyectos.

EL CLARÍN
DIARIO INDEPENDIENTE

www.diamer-ec.com

5 0 25

Domingo 2 de febrero del 2014

Año 33 No. 9125 Babahoyo - Los Rios

IMPACTO 2000

PERIODISMO CON PROFESIONALISMO

403 AÑO XII

Viernes, 24 de Febrero del 2012

Babahoyo - Los Rios - Ecuador

PVP 0,250cvs

EN CASI VEINTE AÑOS COMO RECTOR DE UTB LUPERA NO SOLUCIONÓ PROBLEMAS DE LAS INUNDACIONES

Pese a que el presente invierno no llega a los niveles del que nuestra publicación vivió en el año 2008, donde los profundos invernos quedaron bajo el agua, en la presente temporada invernal las lluvias vuelven a repetirse.

Cuando se observan las aguas en una de las calles de la Universidad Técnica de Babahoyo, surge una imprecisa interrogante en torno a la administración del rector Bolívar Lupera Izate. ¿Qué necesitaba más la universidad, un trazo de redacción o un muro que controle las inundaciones?

Hasta la reciente edificación donde funciona actualmente el Colegio Técnico Anaco en la planta baja ha sido afectada, y esto demuestra que en la planificación de la construcción no se tomó en consideración la costa de inundaciones. ¿Quién o quienes son los responsables? ¿También la comunidad? ¿Acaso los alumnos?

De los casi 41 años que tiene nuestra universidad, como institución, sumando varios períodos, el ingeniero Bolívar Lupera Izate fue rector de veinte como rector, tiempo en el cual se acumuló suficiente experiencia como para superar errores o rectificar otros. Lamentamos que en el caso de las inundaciones, quede como asignatura pendiente para quienes llegan en su momento.

EN "EL SALTO" Y "LA NUEVA VENTURA" EN ALGUNOS SECTORES LAS REALIDADES SE PARECEN

Ciudadela como "Nueva Barreiro, son apenas unos cuantos sectores de los muchos Pablos", en la zona urbana, parte que sufren las consecuencias de Chilitona y la cooperativa del invierno y la desastrosa "victoria del pueblo" en municipal.

GALERÍA DEL MUEBLE

Calidad - Precios - Servicio

El más grande y completo catálogo de muebles de la zona. Con más de 20 años de experiencia en el sector.

Distribuidores de: Sofas, Sillas, Mesas, Escritorios, Camas, Mesas de noche, Mesas de comedor, Mesas de escritorio, Mesas de dormitorio, Mesas de sala, Mesas de cocina, Mesas de baño, Mesas de jardín, Mesas de terraza, Mesas de exterior.

Colonia: Pimocha, Babahoyo, Los Rios

Agencia: Babahoyo, Los Rios

Problemas de inundación en la UTB

El miércoles pasado la situación de la UTB respecto a las inundaciones se proyectaba en esta gráfica

Arrriba, una de las calles de El Salto; abajo, las aguas cerca de crecer por la calle principal que conduce al sector La Virginia

El sector "victoria del pueblo" en Barreiro, presenta una imagen de abandono

Se le presenta la realidad en la Nueva Ventura

ENCUESTAS REALIZADAS

4

ENCUESTA ANÁLISIS SITUACIONAL DE LOS MEDIOS IMPRESOS VS MEDIOS DIGITALES EN LA CIUDAD DE BABAHOYO

Nombres y Apellidos: Verónica Narcisca Sellán Pacheco

Carrera: Educación Básica

Sexo: a. Masculino ()

b. Femenino (✓)

Edad: 36

1. ¿Cuál es la plataforma que más utiliza para el consumo de las noticias? (Escoja la principal)

Redes Sociales

Página Web

APP (Aplicación)

Otro (especifique) _____

2. ¿Cuál es el medio de comunicación que consume para leer las noticias?

Medio Digital

Medio Impreso

Ninguno

3. ¿Cuántas veces al día visita un medio de comunicación digital?

1 vez al día

3 o más veces al día

2 veces al día

Cada vez que publican

4.- ¿Escoja tres opciones de las que menos le agraden del medio de comunicación digital?

- Demasiados videos virales o noticias sin importancia
- La publicidad
- El tamaño de las noticias
- La velocidad de la página
- No tiene inmediatez para publicar
- Falta de veracidad al informar
- La interacción con el usuario

5.- ¿Califique la efectividad al informar de los siguientes medios de comunicación? (De 1 a 5, siendo 1 el menos importante y 5 el más importante)

	1	2	3	4	5
Medios impresos	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Medios digitales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

6.- ¿Por qué motivos utiliza usted los medios de comunicación impreso?

- Por información
- Por necesidad
- Por entretenimiento
- Por comodidad
- Por veracidad
- Otro (Por favor especifique) _____

7.- ¿Cuántos días a la semana sueles leer un periódico o diario?

0	1	2	3	4	5	6
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. ¿Con qué frecuencia utilizas los siguientes medios de comunicación para informarte sobre las Cuestiones de actualidad? Diarios de pago, diarios gratuitos, revistas de información general, medios digitales (internet).

Todos los días _____

Algunos días a la semana _____

De vez en cuando diarios gratuitos

Casi nunca _____

Nunca _____

9.- ¿Cuánto tiempo aproximadamente dedicaste a la lectura sea este en un medio de comunicación digital o medio de comunicación impreso?

20 Minutos	<input checked="" type="checkbox"/>
40 Minutos	<input type="checkbox"/>
60 Minutos	<input type="checkbox"/>
No Lee	<input type="checkbox"/>

10.- ¿Cree Ud. que leer medios de comunicación impresos ayuda en el estado de salud visual al contrario de los medios digitales?

si	<input type="checkbox"/>
no	<input type="checkbox"/>
no se	<input checked="" type="checkbox"/>

7

ENCUESTA ANÁLISIS SITUACIONAL DE LOS MEDIOS IMPRESOS VS MEDIOS DIGITALES EN LA CIUDAD DE BABAHOYO

Nombres y Apellidos: Sandra Elizabeth Maccerrate Vera.

Carrera: Optometría

Sexo: a. Masculino ()

b. Femenino (✓)

Edad: 30

1. ¿Cuál es la plataforma que más utiliza para el consumo de las noticias? (Escoja la principal)

Redes Sociales

Página Web

APP (Aplicación)

Otro (especifique) _____

2. ¿Cuál es el medio de comunicación que consume para leer las noticias?

Medio Digital

Medio Impreso

Ninguno

3. ¿Cuántas veces al día visita un medio de comunicación digital?

1 vez al día

3 o más veces al día

2 veces al día

Cada vez que publican

4.- ¿Escoja tres opciones de las que menos le agraden del medio de comunicación digital?

Demasiados videos virales o noticias sin importancia	<input checked="" type="checkbox"/>
La publicidad	<input checked="" type="checkbox"/>
El tamaño de las noticias	<input checked="" type="checkbox"/>
La velocidad de la página	<input type="checkbox"/>
No tiene inmediatez para publicar	<input type="checkbox"/>
Falta de veracidad al informar	<input type="checkbox"/>
La interacción con el usuario	<input type="checkbox"/>

5.- ¿Califique la efectividad al informar de los siguientes medios de comunicación? (De 1 a 5, siendo 1 el menos importante y 5 el más importante)

	1	2	3	4	5
Medios impresos	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Medios digitales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

6.- ¿Por qué motivos utiliza usted los medios de comunicación impreso?

Por información	<input type="checkbox"/>
Por necesidad	<input checked="" type="checkbox"/>
Por entretenimiento	<input type="checkbox"/>
Por comodidad	<input type="checkbox"/>
Por veracidad	<input type="checkbox"/>
Otro (Por favor especifique) _____	

7.- ¿Cuántos días a la semana sueles leer un periódico o diario?

0	1	2	3	4	5	6	7
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. ¿Con qué frecuencia utilizas los siguientes medios de comunicación para informarte sobre las Cuestiones de actualidad? Diarios de pago, diarios gratuitos, revistas de información general, medios digitales (internet).

Todos los días _____

Algunos días a la semana _____

De vez en cuando Revistas de información

Casi nunca _____

Nunca _____

9.- ¿Cuánto tiempo aproximadamente dedicaste a la lectura sea este en un medio de comunicación digital o medio de comunicación impreso?

20 Minutos

40 Minutos

60 Minutos

No Lee

10.- ¿Cree Ud. que leer medios de comunicación impresos ayuda en el estado de salud visual al contrario de los medios digitales?

si

no

no se