



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA  
DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
INSTITUTO DE POSTGRADO**

**TITULO DEL ENSAYO**

Comunicación efectiva en el medio impreso: Un análisis de la Revista Gente

Cool del cantón la Libertad provincia de Santa Elena, año 2023.

**AUTOR**

**Norberto Antonio Parrales Merchán**

TRABAJO DE TITULACIÓN  
Previo a la obtención del grado académico en  
MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN

**TUTORA**

**Lcda. Paola Cortez Clavijo, PhD.**

**La Libertad, Ecuador**

**Año 2024**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA  
DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
INSTITUTO DE POSTGRADO  
TRIBUNAL DE GRADO**

Los suscritos calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por el Instituto de Postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

---

**Lic. César Arízaga Sellán, Mgtr.  
COORDINADOR DEL  
PROGRAMA**

---

**Lic. Paola Cortez Clavijo, PhD.  
TUTORA**

---

**Lic. Milton González Santos, Mgtr.  
ESPECIALISTA**

---

**Lic. Danilo Villaroel Silva, Mgtr.  
ESPECIALISTA**

---

**Ab. María Rivera González, Mgtr.  
SECRETARIA GENERAL  
UPSE**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA  
DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
INSTITUTO DE POSTGRADO**

**CERTIFICACIÓN:**

Certifico que luego de haber dirigido científica y técnicamente el desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos, razón por el cual apruebo en todas sus partes el presente trabajo de titulación que fue realizado en su totalidad por Norberto Antonio Parrales Merchán, como requerimiento para la obtención del título de Magíster en Comunicación.

Atentamente,

---

Lic. Paola Cortez Clavijo, Ph.D.  
C.I. 0918988312  
**TUTORA**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA  
DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
INSTITUTO DE POSTGRADO**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, Norberto Antonio Parrales Merchán

**DECLARO QUE:**

El trabajo de Titulación, Comunicación efectiva en el medio impreso: Un análisis de la Revista Gente Cool del cantón la Libertad provincia de Santa Elena, año 2023 previo a la obtención del título en Magíster en comunicación, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

La Libertad al 29 de enero del 2024

---

Norberto Antonio Parrales Merchán  
C.I. 1310035975  
**AUTOR**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA  
DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
INSTITUTO DE POSTGRADO**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, Norberto Antonio PARRALES Merchán

**DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de la investigación con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este informe de investigación dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

La Libertad, al 29 de enero del 2024

---

Norberto Antonio PARRALES Merchán  
C.I. 1310035975  
**AUTOR**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA  
DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
INSTITUTO DE POSTGRADO**

**CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO**

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado Comunicación efectiva en el medio impreso: Un análisis de la Revista Gente Cool del cantón la Libertad provincia de Santa Elena, año 2023, presentado por el estudiante, Norberto Antonio Parrales Merchán fue enviado al Sistema Antiplagio Compilatio, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 3%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.



**Norberto Antonio Parrales  
Merchán**

**3%**  
Textos  
sospechosos

3% Similitudes  
0% similitudes entre comillas  
2% Idioma no reconocido  
0% Textos potencialmente generados  
por la IA

Nombre del documento: Norberto Antonio Parrales Merchán.pdf  
ID del documento: 4feababb5f2eed5efd4c117888d6c66352330e73  
Tamaño del documento original: 444,34 kB

Depositante: PAOLA ELIZABETH CORTEZ CLAVIJO  
Fecha de depósito: 2/12/2023  
Tipo de carga: interface  
fecha de fin de análisis: 2/12/2023

Número de palabras: 8280  
Número de caracteres: 55.877

Lic. Paola Cortez Clavijo, PhD.  
C.I. 0918988312  
**TUTORA**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, a mi familia por el constante apoyo brindando, a la universidad por aportar a mi formación profesional, a los docentes que han sabido guiarnos para ser mejores profesionales compartiendo sus conocimientos para fortalecer el aprendizaje de los maestrantes, y a mis compañeros por estar ahí siempre apoyándonos para alcanzar esta meta.

*Norberto Antonio Parrales Merchán*

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo y cada meta que he logrado a Dios y a mi familia, pilares fundamentales para lograr salir adelante en las adversidades, no dejándome decaer para llegar a la meta propuesta.

*Norberto Antonio Parrales Merchán*

## ÍNDICE GENERAL

TITULO DEL ENSAYO .....	i
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	iii
AUTORIZACIÓN .....	iv
CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO.....	v
AGRADECIMIENTO .....	i
DEDICATORIA .....	ii
ÍNDICE GENERAL .....	iii
Abstract .....	vii
INTRODUCCIÓN .....	1
DESARROLLO .....	3
Comunicación efectiva.....	6
Elementos diferenciadores de la comunicación efectiva.....	6
Brechas de la comunicación efectiva en los medios impresos.....	7
Tipos de comunicación.....	8
Elementos de la comunicación.....	8
Calidad de la información .....	9
Procesamiento de la información .....	10
Estructura, diseño y diagramación de la comunicación .....	10
Proceso comunicativo .....	10
Medio Impreso .....	11
Precisión de la información en el medio impreso .....	11
Relevancia, pertinencia narrativa del medio impreso .....	12
La credibilidad con la que informan los medios de comunicación impresos.....	12
Formato periodístico, diseño gráfico y visual en el medio impreso.....	12
Adaptación de los medios impresos en la era digital. ....	13
El contenido informativo.....	13

Influencia social y cultural de los medios de comunicación impresos .....	13
Aspectos Metodológicos .....	14
Diseño de la investigación.....	15
Tipos de investigación.....	15
Enfoque de la investigación .....	15
Método de investigación .....	15
Población y muestra .....	16
Técnicas e instrumentos .....	16
Análisis y Discusión de Resultados .....	16
Análisis de Resultados .....	17
Discusión de resultados.....	19
CONCLUSIÓN.....	21
Referencias.....	22

## **Índice de gráficos**

Figura 1 Captación de la atención.....	17
Figura 2 Preferencia por los medios de información digitales .....	17
Figura 3 Relevancia de contenidos .....	19
Figura 4 Impacto social y cultural .....	29
Figura 5 Efectividad en el diseño gráfico y la presentación visual.....	29
Figura 6 Cohesión narrativa entre los diferentes temas tratados en la revista.....	30
Figura 7 Transmisión sus mensajes de manera clara y comprensible .....	30
Figura 8 Efectividad de la comunicación.....	31
Figura 9 Presentación adecuadamente su diseño y contenido .....	31
Figura 10 Originalidad y creatividad .....	32
Figura 11 Conveniencia del uso de elementos interactivos en su formato impreso .....	32

## **Índice de anexos**

Anexo 1 Encuesta .....	27
Anexo 2 Entrevista.....	28
Anexo 3 Resultados de encuesta.....	29
Anexo 4 Resultados de entrevista.....	33
Anexo 5 Edición impresa de Revista Gente Cool.....	35

## **Resumen**

El trabajo de investigación Comunicación efectiva en el medio impreso: Un análisis de la Revista Gente Cool del cantón la Libertad provincia de Santa Elena, tiene como propósito determinar la comunicación efectiva mediante la observación directa e indirecta en este medio impreso, la misma que cuenta con una estructura de introducción, desarrollo y conclusión, en base a un diseño de investigación no experimental, con una investigación descriptiva con enfoque mixto cuantitativo y cualitativo. Para la toma de datos se aplicó las técnicas de la encuesta y la entrevista. Cuyos resultados permitieron conocer si este medio impreso mantiene una comunicación efectiva con los lectores los cuales manifiestan que el contenido de la revista es adecuado, pero que puede mejorar en su diseño gráfico, así como en el contenido de manera que este aporte al desarrollo cultural y social de la comunidad.

**Palabras claves:** Comunicación, efectiva, medio impreso.

## **Abstract**

The research work Effective communication in the printed medium: An analysis of the Gente Cool Magazine of the canton of La Libertad, province of Santa Elena, aims to determine effective communication through direct and indirect observation in this printed medium, which has a structure of introduction, development and conclusion, based on a non-experimental research design, with descriptive research with a mixed quantitative and qualitative approach. To collect data, survey and interview techniques were applied. The results of which allowed us to know if this printed medium maintains effective communication with readers, who state that the content of the magazine is adequate, but that it can improve in its graphic design, as well as in the content so that it contributes to cultural development and social of the community.

**Keywords:** Communication, effective, printed media,

## INTRODUCCIÓN

La comunicación efectiva es fundamental para el desarrollo de relaciones de la sociedad. Sin embargo, en el contexto de los medios impresos, es importante evaluar la calidad de la comunicación efectiva para garantizar que la información que los medios comparten sea clara, precisa y relevante para la audiencia. (Pedriza, 2019, pág. 32)

En tal sentido, la comunicación efectiva de los medios de comunicación impresos se ve influenciada por la diversidad de la cultura, los cambios tecnológicos, la adaptación a la era digital y la libertad de prensa, y el papel que desempeñan en la sociedad. Cada país tiene sus propias características y retos, pero por lo general, los medios impresos siguen siendo una fuente muy importante de comunicación en todo el mundo. (Fernández, 2022, pág. 24)

comunicación efectiva mediante la observación directa e indirecta en el medio de comunicación de carácter familiar “Revista Gente Cool”, que tiene una circulación mensual en la provincia de Santa Elena. En un mundo dominado por avances tecnológicos, encontrar medios impresos que ofrezcan información veraz y confiable es cada vez más raro. Además, muchos de estos medios han adoptado posturas políticas, limitando su capacidad para proporcionar información educativa sobre arte y cultura, generando confusión entre los lectores y sembrando dudas sobre la imparcialidad de la información que difunden.

Para el logro de este objetivo se analizará el contenido de diseño gráfico y la presentación visual de la revista Gente Cool, así como su contribución a la comunicación efectiva en el medio impreso, considerando además indagar la relevancia, pertinencia y la cohesión narrativa en los temas y artículos abordados en este medio impreso, de manera que permita identificar el impacto social y cultural en la percepción de los lectores mediante la opinión de las personas considerando la efectividad de la comunicación.

Es importante destacar que, al igual que en otros lugares, los medios impresos en Ecuador también se han visto afectados por los cambios en los hábitos de consumo de información debido al crecimiento de los medios digitales. (De Lima, 2021, pág. 36)

Debido a esto, muchos medios impresos han innovado su presencia en la comunidad con el uso de plataformas digitales para lograr captar la atención de audiencias más amplias, adaptándose a los constantes cambios de preferencias de los lectores con el propósito de continuar siendo una fuente importante de información y comunicación para su entorno y el

país con una variedad de temas. Por lo tanto, los medios impresos deben mantener clara que su perspectiva de innovación no debe alejarse de su misión que es informar, orientar y brindar información confiable para así promover en las personas una cultura de lectura y de mantenerse informado de los sucesos que ocurren en su sector. (Yépez, 2019, pág. 37)

En el caso de la Revista Gente Cool ubicada en el cantón La Libertad de la provincia de Santa Elena, se convierte en un objeto de estudio este análisis crítico permitirá determinar la comunicación efectiva mediante la observación directa e indirecta, asegurando que cumplan con los estándares de calidad esperados por la audiencia. Por ende, el alcance se centra en comprender el contenido de diseño gráfico y la presentación visual, así como los mecanismos comunicativos que utiliza este medio para llegar a su público objetivo, además de indagar la relevancia, pertinencia y la cohesión narrativa en los temas y artículos abordados, identificando también el impacto social y cultural en la percepción de los lectores.

La revista Gente Cool fue fundada en el año 2006, ubicándose en el barrio las Acacias Calle 29, Intersección AV. 6, frente al estadio de Las Acacias, en el cantón La Libertad de la provincia de Santa Elena. Tiene definida su cobertura a nivel de la provincia de Santa Elena, llegando a los cantones Santa Elena, La Libertad y Salinas. Siendo actualmente una marca editorial gráfica y digital de alto nivel con reconocido liderazgo y posicionamiento en la provincia, con trayectoria en publicaciones impresas con contenidos en reportajes, entrevistas y temas relevantes. Manteniendo un código deontológico que busca reflejar ante sus integrantes y frente a sus lectores, el compromiso de la revista Gente Cool de apearse estrictamente a principios éticos en su tarea de informar, entretener, orientar y educar con una visión objetiva, veraz e imparcial a la ciudadanía de la provincia de Santa Elena y del Ecuador, cumpliendo con la responsabilidad de velar por los intereses, derechos y atribuciones de los mandantes que están establecidas en la Constitución Política y de esta manera mantener el firme compromiso de serlos portavoces de la verdad, sucesos, hechos y acontecimientos históricos impresos en nuestras páginas.

Por otro lado, la idea a defender planteada se centra en el análisis que se realiza sobre la comunicación efectiva del medio impreso Revista Gente Cool, la veracidad de la información que comparte con sus lectores, siendo un medio de comunicación de alcance provincial, así como la responsabilidad de la contrastación de la información que publica son el origen del tema, considerando que los medios impresos están innovando en sus plataformas digitales.

Mientras que la línea a investigar trata sobre los medios de comunicación que tiene como componentes los medios Impresos y la utilización de las TIC al desarrollo social.

Cabe destacar que la metodología de la investigación tiene un enfoque mixto: cuantitativo y cualitativo, siendo de tipo descriptiva para conocer la opinión de los lectores del medio impreso, sobre la efectividad de la comunicación de la Revista Gente Cool considerando las estrategias comunicacionales que aplica para captar la atención de las personas.

Por lo cual, el presente ensayo aborda un análisis de la comunicación efectiva del medio impreso Revista Gente Cool, estructurándose en introducción, desarrollo y conclusiones. Partiendo desde la presente introducción, en la cual, se expone a breve rasgos el propósito, objetivos, alcance, relevancia, idea a defender, línea de investigación, metodología y las secciones que lo componen. Seguido del desarrollo en donde se muestra un estado del arte que teoriza y sustenta los conceptos realizados al tema central y a su vez, metodología de la investigación junto con la población, muestra, técnica e instrumentos que fueron aplicados, además, de presentar el respectivo análisis y discusión de resultados. Para finalmente generar las respectivas conclusiones obtenidas del estudio realizado.

## **DESARROLLO**

A continuación, se presenta el análisis del estado de arte presente en esta investigación que parte de la idea general del establecimiento de un plan de comunicación efectivo en medios de comunicación en masa o instituciones que requieran de una estrategia para lograr un mejor posicionamiento. Es aquí donde se proponen ciertas investigaciones de origen internacional y nacional para lograr un mejor entendimiento de la problemática principal, buscando comprender como empieza la comunicación efectiva en el medio impreso.

Quaranta (2019) en su investigación sobre *La comunicación efectiva: un factor crítico del éxito en el trabajo en equipo* grupos de trabajo académicos de alumnos, sugiere que, al maximizar ciertos elementos, se puede lograr una sinergia positiva, lo que se traduce en un aumento de la productividad y eficiencia de dichos grupos. Teniendo como metodología un enfoque deductivo-analítico, el objetivo de este artículo fue verificar empíricamente el papel de la comunicación efectiva como factor crítico. (Pág. 8)

En el ámbito internacional, Rodríguez (2015) realizó una investigación sobre *la Estrategia de comunicación para Fortalecer la imagen institucional del Centro de multiservicios educativos* en estudiantes que pertenecen a la misma red, así como a los vecinos del Macro distrito N.º 3 y al público en general de la ciudad de La Paz. El objetivo de este proyecto fue fortalecer a través de una estrategia de comunicación los servicios de "Educación y Salud para el desarrollo humano" ofrecidos por el CEMSE, con una metodología mixta, el enfoque de la investigación adoptado fue de tipo No Experimental, dado que no implicó la manipulación de variables, centrándose así en la conceptualización y desarrollo de una estrategia de comunicación. Como resultado, todas las estrategias de comunicación implementadas contribuyeron al fortalecimiento de las relaciones entre las partes involucradas, permitiendo mantener un diálogo constante y lograr una mayor familiarización de la misma. (Pág. 12)

De igual manera, Brumley & Tobías (2021) en una investigación hecha en San José, Costa Rica denominada *La Comunicación Efectiva como Herramienta para Alcanzar la Meta y Los Objetivos de la Organización*, cuyo objetivo fue aplicar la comunicación efectiva en la jerarquía organizacional de la Universidad de Ciencias Médicas, mostraron que con un Método mixto cuantitativo y cualitativo y de tipo No Experimental se analizan de mejor forma las dimensiones de la comunicación efectiva y la influencia en los colaboradores.

Concluyendo así que a través de canales de comunicación adecuados el 80.7% de los colaboradores mantiene una comunicación efectiva con la jefatura, mientras que el 19.3% no experimenta dicha eficacia, indicando la necesidad de fortalecer este canal para mejorar la eficiencia en la ejecución de funciones. (Pág. 10)

En Quito, Ecuador, Barragán Puente (2022) dentro de su investigación *Propuesta de un modelo de comunicación efectiva para mejorar el clima laboral* en docentes y personal administrativo de una Unidad Educativa, se conoce que el objetivo general es diseñar un modelo de comunicación efectiva para dicha institución con el propósito de mejorar el clima laboral. La metodología utilizada recae en un tipo de estudio Descriptivo – Correlacional, con un diseño No Experimental, siguiendo con este mismo patrón, dirigiéndose así a una investigación cualitativa. El estudio de la reveló problemas como la falta de interacción entre niveles jerárquicos, canales ineficientes de información y la ausencia de reconocimiento, proponiendo un nuevo modelo que busca mejorar la comunicación efectiva entre el personal como solución. (Pág. 9)

Mora Gordillo (2023) en la investigación sobre un *Plan de comunicación integral para la Revista Utopía de la Universidad Politécnica Salesiana* tanto los públicos internos como externos de las sedes de Quito, Guayaquil y Cuenca de la universidad, cuyo objetivo principal es diseñar un Plan de Comunicación Integral destinado a mejorar la visibilidad de la Revista Utopía a nivel nacional. La metodología utilizada en este proyecto de investigación sigue un enfoque deductivo-analítico que dio como resultado la factibilidad de la investigación, demostrando que el Plan de Capacitación Integral sería factible debido al gran reconocimiento de este medio impreso. (Pág. 13)

De acuerdo al análisis realizado del estado del arte, la comunicación efectiva en medios impresos, como revistas, es crucial para llegar a la audiencia prevista; la claridad y la calidad en los materiales impresos son elementos vitales para la fiabilidad de una empresa, así también como su desempeño en el mercado. A diferencia de las formas digitales de hoy en día, los medios impresos, como folletos o periódicos, ofrecen una experiencia tangible y visual que puede captar de manera más radical a un público en específico. Por otro lado, esta efectividad no solo mejora su visibilidad a escala nacional, también da lugar a efectos adyacentes en su estructura organizacional, aumentando las sanas condiciones laborales en las que se desarrollen sus funciones, por lo que representa una base fundamental en la

construcción de una imagen sólida como entidad laboral y comunicativa.

### **Comunicación efectiva**

Quaranta (2017, pág. 44) menciona que la comunicación efectiva es un factor crítico para el éxito de los equipos de trabajo académicos, ya que permite lograr una sinergia positiva y aumentar la productividad y la eficiencia. Para ello, se deben considerar los factores lingüísticos y paralingüísticos, la escucha empática y la cooperación.

Por consiguiente, Hernández et al (2019) expresa que es el desarrollo de las habilidades y funciones comunicativas es fundamental para el uso correcto de la lengua materna y el logro de una comunicación eficaz. Para ello, se recomienda el enfoque comunicativo como soporte metodológico para el accionar de los docentes.

Por ende, es la que permite el entendimiento entre las personas, porque busca coordinar las actividades y ponerse de acuerdo, para el éxito comunicativo no solo se le da valor a la transmisión, sino además a ese entendimiento entre receptores y emisores que le permite apreciar el verdadero significado de lo que se quiere comunicar. (Bello, 2018, pág. 30)

De acuerdo a esto, la comunicación debe ser efectiva de manera que se pueda entender claramente cuál es el mensaje que se desea transmitir pero para ello los medios impresos deben utilizar estrategias que permitan el aprovechamiento de los canales de comunicación, de manera que los lectores puedan tener la información que requieren y que esta tenga un contenido acorde a los gustos de los lectores, sin dejar a un lado que este contenido debe promover la educación, el pensamiento y el desarrollo de las personas, no solo informar a la comunidad de los sucesos que al medio impreso le interese, por ejemplo política.

### **Elementos diferenciadores de la comunicación efectiva.**

- Claridad en el Mensaje
- Relevancia, pertinencia y empatía
- Feedback y Retroalimentación
- Uso Adecuado de Medios y Canales
- Coherencia y Consistencia
- Escucha Activa
- Culturalmente Sensible
- Adaptabilidad

- Propósito Claro

### **Brechas de la comunicación efectiva en los medios impresos**

La comunicación efectiva en los medios impresos puede encontrarse con ciertas barreras o desafíos que inciden en el impacto de los mensajes que se transmiten, entre las cuales podemos mencionar:

- **Falta de atención de los lectores:** En una sociedad globalizada, donde las personas se encuentran cada vez más ocupadas la información que se comparte debe ser clara y específica, de manera que esta capte rápidamente la atención del lector, cada publicación debe evitar tener demasiados argumentos que no sean necesarios para no perder el interés de las personas.
- **Problemas de diseño:** El diseño que se presenta en los medios impresos debe ser ordenado y llamativo para los lectores, de manera que lo que se presenta sea comprendido por los lectores para así evitar que se les dificulte entender lo que se informa.
- **Desafíos tecnológicos:** Los avances tecnológicos que están en constante aumento generan cada vez el uso de dispositivos electrónicos, los cuales las personas utilizan para informarse, entre otras cosas por lo que los medios impresos deben innovar estrategias que motiven a los lectores a informarse por los mismos, siendo creativos.
- **Barreras lingüísticas:** La variedad de idiomas puede afectar a que haya una comunicación efectiva, debido a que hay lugares donde hablan varios idiomas, por lo cual uno debe ser cuidadoso al elegir el idioma y los términos que utiliza.
- **Rapidez de obsolescencia:** Otro desafío que presenta el medio impreso son con publicaciones que pueden ser consideradas obsoletas en corto plazo, ya que en comparación de los medios digitales esta no se puede actualizar en tiempo real.
- **Desafíos económicos:** Esto debido a la reducción de patrocinadores que por los cambios del entorno redirigen sus publicidades a medios digitales, más económicos y de mayor impacto.
- **Falta de interactividad:** A diferencia de los medios digitales, los medios impresos carecen de la interactividad que permite a los lectores participar activamente en el contenido. Esto puede limitar la participación y el compromiso del lector.
- **Sesgo y objetividad:** La información de los medios impresos puede verse afectada

por sesgos o falta de objetividad, lo cual puede generar la pérdida de la credibilidad de los lectores que prefieren el medio impreso.

- **Accesibilidad:** Esta puede afectar en la comunicación efectiva debido a que en los medios impresos se limita el uso de adaptaciones que puedan hacer llegar la información a personas con discapacidades físicas, por lo que este grupo poblacional preferiría elegir otro medio para mantenerse informado de manera efectiva. (Quaranta, 2017, pág. 31)

### **Tipos de comunicación**

Los tipos de comunicación que se emplean van a estar determinadas por la magnitud y el tipo de mensaje que se quiere transmitir. Por lo cual, la comunicación se puede dividir en dos categorías principales: verbal y no verbal. La comunicación verbal es el uso de palabras para transmitir significado, mientras que la comunicación no verbal es el uso del lenguaje corporal, las expresiones faciales y otras señales no verbales para transmitir significado. (Alberca, 2022, pág. 45)

Por ello, para la transmisión del mensaje comunicativo el emisor debe considerar adecuadamente el tipo de comunicación que quiere establecer con el receptor, en el caso de los medios impresos la comunicación escrita es el tipo de comunicación que utilizan para llegar a los lectores que se interesan por mantenerse informados, pero para que el mensaje llegue adecuadamente debe ayudarse de estrategias que incluyan la comunicación visual para que el lector se sienta motivado a adquirir el medio impreso y a informarse por este medio, considerando el mundo es globalizado y el desarrollo tecnológico ha cambiado los estilos y preferencias de las personas al momento de mantenerse informados.

### **Tipos de comunicación efectiva**

- Formal
- Informal
- Ascendente
- Descendente
- Horizontal

### **Elementos de la comunicación**

Los elementos de la comunicación son: emisor, receptor, mensaje, código, canal, contexto. Donde emplea el lenguaje y la lengua; para poder expresar por medio de un código

de signos lingüísticos, que permitan la comunicación de forma oral y escrita. (Rodríguez-Solis, 2022, pág. 47)

El proceso de la comunicación es un intercambio de información entre dos o más individuos que involucra un mensaje, un emisor, un receptor y un canal. Este proceso puede verse afectado por el ruido, la retroalimentación y el contexto en el que se lleva a cabo. (Traverso, Williams, & Palacios, 2017, pág. 28)

Por lo tanto, los elementos de la comunicación son esenciales para entender cómo se lleva a cabo este proceso. El emisor es quien envía el mensaje, el receptor es quien lo recibe, el mensaje es la información transmitida, el canal es el medio utilizado para la transmisión, el ruido son las interferencias que pueden afectar la comprensión del mensaje, el contexto es el entorno en el que se lleva a cabo la comunicación y la retroalimentación es la respuesta del receptor al mensaje recibido. (Espol, 2019, pág. 19)

De acuerdo a lo manifestado la comunicación requiere de un emisor que transmita el mensaje que quiere hacerse llegar al receptor, pero en la actualidad el receptor ha variado en su comportamiento e intereses por lo que es necesario que se establezcan y se utilicen adecuadamente los canales que permitan que la información que se comparte llegue correctamente al receptor, así mismo que esta información sea de interés del mismo siendo de vital importancia la adaptación al entorno actual y al contexto al que se dirige.

### **Calidad de la información**

Implica excelencia y como tal significa que la información que se comparte debe cumplir estándares que permitan hacer llegar un mensaje claro. La calidad de la información es un aspecto fundamental en la toma de decisiones en cualquier ámbito. Para garantizar la calidad de la información, es necesario verificar su veracidad, precisión, actualidad, relevancia y objetividad, así como su fuente y contexto. (Hernández, Lluesma , & Olivera, 2019, pág. 32)

La calidad de la información es un tema de gran importancia en la era digital, donde la cantidad de información disponible es abrumadora y su calidad varía significativamente. Para evaluar la calidad de la información, es necesario considerar aspectos como la fuente, la actualidad, la relevancia, la precisión y la objetividad. (Silva, Paredes , & Ocaña , 2022, pág. 50)

Por este motivo, cada medio de comunicación sea el tipo de comunicación que utilice

debe filtrar y verificar correctamente la información que contenga, de manera que se pueda informar a la comunidad con veracidad manteniendo la confianza de los lectores a la información que comparte el medio impreso, la calidad implica buena información, así como estándares que ayudan a que todo lo compartido cumpla con el propósito de compartir con el lector un mensaje con claridad.

### **Procesamiento de la información**

Para Figueredo et al. (2019, pág. 27) procesar la información significa examinar la información, identificar en ella los elementos clave, separar las ideas del autor, las razones que da, ordenar o simplificar el contenido lógicamente para así poder sintetizarlo. Se entiende por procesamiento de la información al conjunto de acciones que se realizan para organizar, guardar y adecuar los documentos con la información obtenida, garantizando su coherencia para poder usarla para la elaboración de resultados.

### **Estructura, diseño y diagramación de la comunicación**

Desde la propia etimología de la palabra diseño, puede observarse que esta profesión guarda estrecha relación con la comunicación. Por ello, al hablar de la estructura, diseño y diagramación de la comunicación estamos nombrando elementos fundamentales para asegurar que nuestro mensaje sea efectivo y llegue de manera clara y concisa a nuestro público objetivo. La estructura se refiere a la organización y ordenamiento lógico de la información que deseamos transmitir. El diseño, por su parte, busca crear una imagen visual atractiva y coherente con nuestro mensaje, utilizando elementos como colores, tipografías, imágenes y otros recursos gráficos.

Y la diagramación se refiere a la distribución de los elementos visuales y textuales en la página o soporte de comunicación, para lograr una lectura y comprensión fluida y fácil de nuestro mensaje. En conjunto, estos elementos son vitales para lograr una comunicación eficaz y profesional en cualquier tipo de contexto, ya sea en presentaciones, publicidad, redes sociales o cualquier otro medio de comunicación. (Traverso, Williams, & Palacios, 2017, pág. 39)

### **Proceso comunicativo**

Los procesos comunicativos son un intercambio comunicativo de información en donde participan componentes cuyas relaciones están ordenadas. lo que dichos componentes son diversos y asumen roles diferenciados en el proceso comunicativo. pág. 169.

Es de señalar de acuerdo a Hevia et al. (2019, pág. 48) que según existen diversidad de modelos para el proceso comunicativo pero que básicamente todos constan de un emisor, receptor y mensaje, por lo cual es, es relevante saber que el emisor no tiene que estar en contacto directo con el receptor, porque pueden estar en diferente lugar y tiempo e incluso, ni siquiera conocerse lo que indica que el mensaje puede persistir incluso más allá de la existencia del emisor y viajar a lugares donde nunca se pensó que llegaría.

Es el conjunto de las fases que deben tener lugar entre los elementos de comunicación para compartir la información, por lo cual el proceso comunicativo requiere un emisor que comparta la información, un mensaje o un código que se comparte, esto mediante un canal que conduce la información, hasta llegar al receptor. Este proceso comunicativo debe cumplir correctamente cada una de estas fases, de manera que el mensaje no se vea afectado durante todo el recorrido que hace para llegar a su destino, así mismo debe considerar el entorno cambiante donde se comparte de manera que este pueda incentivar al receptor a ver el mensaje. (Valbuena & Soler, 2021, pág. 22)

### **Medio Impreso**

Los medios impresos se han constituido por tradición en una fuente importante de información para la población. Aunque la era digital ha traído consigo cambios significativos en el panorama mediático, los medios impresos aún conservan un papel relevante en el país.

En esta categoría entran los periódicos, las revistas, folletos, trípticos, volantes y, en general, todo lo que se imprime en papel para informar que, aunque necesitan de un sistema complicado de distribución, que hace que no todos puedan conseguirlos, su efecto dura más, porque se puede revisar la publicación varias veces para analizarla, para citarla, para compararla, además, hay medios impresos para todos los gustos, no solo para el que quiere saber lo que pasa en el mundo, sino que también los hay para los jóvenes, para los que les gusta la moda, la música, los deportes, etc.; o sea, hay medios impresos para cada grupo de la sociedad. (Llanos & Tusa, 2021, pág. 11)

### **Precisión de la información en el medio impreso**

Toda información compartida por un medio de comunicación responsable debe tener veracidad, precisión y objetividad. Aunque al hablar de precisión a la hora de compartir información (Benaissa, 2019, pág. 25) menciona se puede confiar en el medio impreso ya que la información es del día anterior y esto, evita el exceso de información o la confusión de

hechos en los lectores, los medios de prestigio buscan una forma más profunda y exacta de tratar la noticia.

### **Relevancia, pertinencia narrativa del medio impreso**

La relevancia es la visibilidad dentro de un contexto, la pertinencia se trata de la congruencia, la correspondencia de un tema en una determinada situación, mientras que la cohesión narrativa trata de la relación entre la estructura y la coherencia de los textos para que el lector pueda entender el mensaje que se transmite de manera clara. (Franco, 2023, pág. 50)

### **La credibilidad con la que informan los medios de comunicación impresos.**

Los medios de comunicación impresos son una de las formas de comunicación más antiguas y básicas que existen en el mundo y por varios años que pasen este medio aún brinda un gran impacto en la mente del lector, con informes y análisis a profundidad, además es necesario resaltar, que entre las principales fortalezas de la impresión con respecto a lo digital están la tangibilidad, un mensaje perdurable y una alta credibilidad. (Martínez, 2016, pág. 33)

Aun así con la era digital, la credibilidad de los medios tradicionales se ha puesto en duda ante la juventud actual haciendo que pierdan audiencia, sin embargo, gran parte de la población fiel al medio y a la información que transmite, lo que ha impulsado a que estos medios se sumen a la era digital para lograr ganarse al público que duda de su veracidad en especial, los diarios impresos con credibilidad intachable, con reconocida trayectoria y líderes en un espacio territorial determinado que mantienen una alta preferencia de las empresas que invierten en publicidad. (Galán, 2021, pág. 19)

### **Formato periodístico, diseño gráfico y visual en el medio impreso**

Los formatos utilizados por los medios de comunicación impresos son considerados formatos físicos. Dichos formatos físicos son en blanco y negro o a color con información escrita o gráfica y se dividen según la función o el medio de distribución y los más comunes son: periódicos, diarios y seminarios, los cuales, se publican de forma diaria o semanal y pueden tener encartes de revistas y folletos publicitarios. Además, actualmente como el medio impreso se ha tenido que reinventarse e innovarse para llegar a más público también se encuentran en formatos digitales. (Puente, 2019, pág. 24)

El diseño gráfico, la visualización y la comunicación son campos estrechamente ligados. El diseño gráfico es una herramienta que permite generar una comunicación visual transmitiendo información mediante gráficos, colores y otros elementos, se puede considerar que la comunicación

necesita de medios para llegar con el mensaje a transmitir como el adecuado diseño gráfico ilustrando las presentaciones para que los lectores se sientan atraídos a leer lo que se publica. (Montes, 2021, pág. 10)

### **Adaptación de los medios impresos en la era digital.**

La era digital ha transformado la forma en que consumimos información y los medios impresos no son la excepción. Los periódicos y revistas han tenido que adaptarse a las nuevas tecnologías para sobrevivir en un mercado cada vez más competitivo. Muchos de ellos han optado por ofrecer sus contenidos en formato digital, ya sea a través de sus sitios web o de aplicaciones móviles. (Rodríguez & Caicedo, 2021, pág. 17)

Así mismo, las nuevas tecnologías han cambian la forma de hacer periodismo por lo que hoy en día se muestra al periodismo digital como una de las maneras actuales más comunes para practicar la profesión, y si ya de por sí, el periodismo digital tiene algunas ventajas tecnológicas, sobre todo la rapidez en la difusión de la información también trae consigo desafíos como una mayor audiencia que crece y pide más información, y la competencia con las noticias falsas. (Barranco, 2021, pág. 26)

### **El contenido informativo**

A lo largo de décadas, la prensa tradicional se ha caracterizado por la formalidad de su estructura y lenguaje. Tras las editoriales poseen una línea editorial, el cual sirve como guía para que el periodista pueda desempeñar su función informativa.

Los medios impresos, como los periódicos y las revistas, son una fuente valiosa de información para muchas personas, estos medios generan contenido informativo en una forma tangible y accesible que puede ser fácilmente almacenado y referenciado en el futuro, además, los medios impresos a menudo tienen un enfoque local, lo que significa que pueden ser muy útiles para obtener información sobre eventos y noticias en su comunidad. (Calderon & Guerra, 2020, pág. 25)

Aunque, con la creciente popularidad de los medios digitales, los medios impresos han enfrentado algunos desafíos en términos de mantener su relevancia. Aun así, muchos medios impresos han evolucionado para adaptarse a los tiempos, ofreciendo contenido en línea y en formatos digitales. (Benaissa, 2019, pág. 15)

### **Influencia social y cultural de los medios de comunicación impresos**

Los medios de comunicación impresos, como los periódicos y las revistas, han tenido

una gran influencia en la sociedad desde hace décadas. Estos medios han sido una fuente importante de información y noticias para el público en general, y han ayudado a crear una opinión pública sobre temas importantes. Además, los medios impresos tienen la capacidad de llegar a un público más amplio y diverso que otros medios, lo que les da un mayor poder para influir en la opinión pública. (Moncada, 2016, pág. 16)

Sin embargo, con la llegada de los medios digitales, la influencia de los medios impresos ha disminuido en cierta medida, muchas personas ahora obtienen noticias y otra información a través de internet, redes sociales y otros medios digitales. Aun así, los medios impresos siguen siendo una fuente importante de información y opinión, y siguen siendo una forma efectiva de llegar a ciertos sectores de la sociedad. En resumen, los medios de comunicación impresos siguen siendo una herramienta importante en la formación de la opinión pública y la difusión de información. (Velasco, 2019, pág. 37)

## **Aspectos Metodológicos**

## **Diseño de la investigación**

El diseño de la investigación de la comunicación efectiva del medio impreso revista Gente Cool es no experimental debido a que permite adaptar variados formatos de investigación, recopilando información que permita conocer similitudes para una mejor comprensión de los fenómenos estudiados, analizando los fenómenos tal como se presentan sin generar cambios en el mismo. (Álvarez-Risco, 2020, pág. 4)

## **Tipos de investigación**

La investigación descriptiva tiene como finalidad brindar una descripción detallada y metódica de cierta población o situación, con el propósito de detectar rasgos, patrones o conexiones entre distintas variables, sin que se busque establecer una relación causa-efecto. Esta modalidad de investigación busca conseguir una comprensión profunda del objeto de estudio. (Hernández , Fernández , & Baptista, 2014, pág. 98)

Por lo cual, la presente investigación es de tipo descriptiva, ya que se genera un análisis sobre la comunicación efectiva del medio impreso “Revista Gente Cool” dado que este tipo de investigación permite describir las características o hechos que se hallen de la situación sin generan cambios en sus variables.

## **Enfoque de la investigación**

El enfoque de la investigación de la comunicación efectiva en el medio impreso Revista Gente Cool es mixto cuantitativo y cualitativo, clasificado en estudio de caso, debido a que este enfoque permite la interpretación para lograr entender lo que significan ciertas experiencias investigadas para explorar detalladamente la comunicación efectiva en el medio impreso específico y en un contexto particular. De acuerdo con Creswell, hay cinco clasificaciones principales en la práctica cualitativa: biografía, fenomenología, etnografía, teoría fundamentada y estudio de casos. Estas clasificaciones se centran en obtener un conocimiento detallado y profundo de los fenómenos investigados, destacando la interpretación y comprensión de los datos recopilados. (Hernández , Fernández , & Baptista, 2014, pág. 96)

## **Método de investigación**

La investigación tiene el método deductivo de manera que se logre recopilar información necesaria para la identificación de cómo es la comunicación del medio impreso Revista Gente Cool. El método de investigación el método de investigación deductivo

comienza con teorías o hipótesis generales y luego las prueba con observaciones específicas. (Echevarría, 2019, pág. 70)

### **Población y muestra**

La población es la cantidad total de los integrantes sujetos de estudio, considerando que para las investigaciones se considera a una parte de la misma es decir un subconjunto de la población la cual debe ser representativa a la misma, esa parte es denominada muestra. (Creswell, 2018, pág. 26).

La población está considerada con los lectores de la revista Gente Cool de la provincia de Santa Elena. En la investigación la muestra está establecida mediante muestreo no probabilístico aleatorio simple la misma que permite seleccionar la muestra sin necesidad de contar con un listado de nombre de los lectores del medio impreso, de los cuales se establecerá una muestra de 100 lectores para las encuestas y 5 para las entrevistas periodistas.

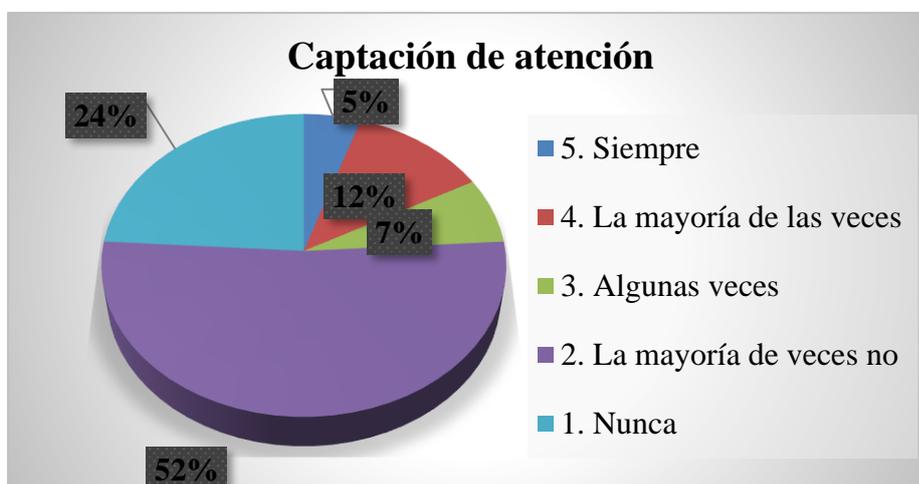
### **Técnicas e instrumentos**

Las técnicas de investigación para la recolección de la información son la encuesta y la entrevista, la encuesta se aplicará a los lectores del medio impreso Revista Gente Cool para conocer la información requerida, utilizando para ello un cuestionario de preguntas cerradas con opciones establecidas mediante la escala de Likert que permita conocer la percepción de los lectores del medio impreso, la entrevista se realizará a 5 profesionales de la comunicación de la localidad. La encuesta es una técnica que utiliza como instrumento un cuestionario formulado con preguntas abiertas y cerradas las cuales permiten la recolección de la información en base a la honestidad de los encuestados. (Ministerio de Educación, 2021, pág. 88)

## **Análisis y Discusión de Resultados**

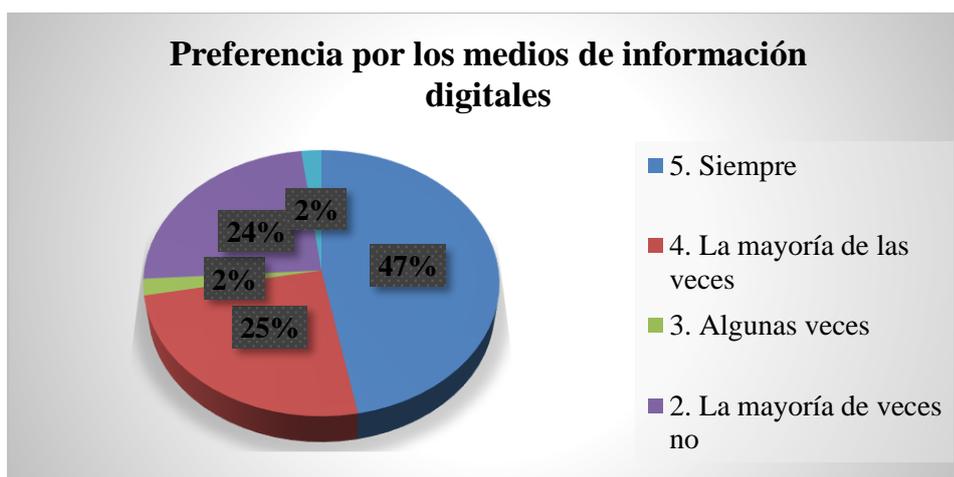
## Análisis de Resultados

La investigación muestra que para los lectores el diseño gráfico del medio impreso Revista Gente Cool requiere mejora en el uso de más imágenes y gráficos para complementar los artículos, por lo que se debería utilizar en los artículos de la revista con más imágenes y gráficos que permitan al lector tener una mayor motivación para la preferencia por la revista.



*Figura 1* Captación de la atención

De acuerdo a la investigación se pudo conocer además que los lectores consideran que el contenido de la Revista Gente Cool es en su mayoría con un 69% es informativo para la comunidad. Además, que la información que se presenta en la revista llama su atención mayormente en un primer vistazo con un 62%, por lo que se puede considerar que la información que brinda el medio impreso es llamativa.



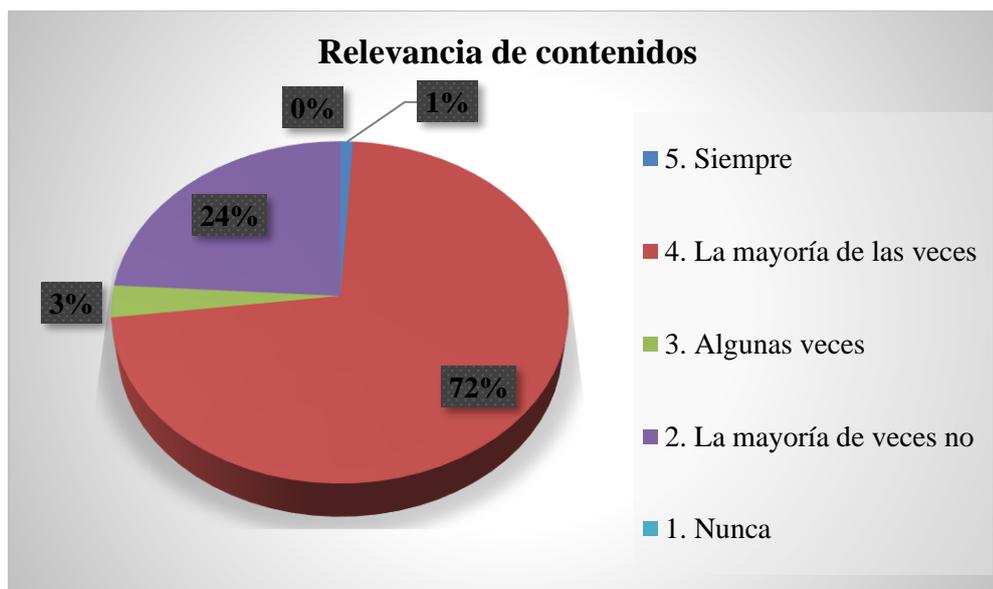
*Figura 2* Preferencia por los medios de información digitales

Las personas que leen la revista Gente Cool se muestran a favor de que la revista

utilice elementos interactivos en su formato impreso, por lo cual es recomendable para este medio impreso el uso de elementos interactivos como códigos QR o realidad aumentada para mejorar la experiencia, sensación y comunicación con los lectores, por lo que se requiere el uso de nuevas estrategias que le permitan mejorar su comunicación efectiva con la comunidad. De ello también expresan que su mayor preferencia está en recibir información por medio de medios informativos digitales en un 74%, debido a los avances tecnológicos, así como por la mayor cantidad de información que pueden recibir por ese medio, pero la parte que prefiere a los medios impresos aseguran que por este medio tienen una mayor seguridad de que la información que lee es verdadera.

Así mismo, de acuerdo a la información recolectada en la entrevista se pudo conocer que los periodistas consideran que el contenido de la revista es relevante, por la información que publican para la comunidad haciendo de esta una revista con contenido informativo. A pesar de ello manifiestan que este medio de comunicación impreso debería incluir dentro de su contenido notificaciones o publicaciones que aporten significativamente al desarrollo social y cultural de sus lectores. Detallando además que el medio de comunicación impreso requiere una mejora en originalidad y creatividad, para que pueda llamar la atención de sus variados lectores, distinguiendo que es leída por personas de diferentes edades requiriendo también el fortalecimiento con el uso de la tecnología debido a que las personas se interesan más por mantenerse informados por medio de las redes sociales u otros medios tecnológicos reduciendo su preferencia por las ediciones impresas, siendo estos los motivos que ubican a la misma en un nivel medio de comunicación efectiva.

Los resultados muestran también que el lenguaje que utiliza la revista es claro, porque se les facilita leer y entender la información que publican, así como el contenido publicado tiene un buen nivel de aceptación ya que la mayoría de los consultados con un 72%, considera el contenido relevante, pero a pesar de ello hay una parte de los mismos el 24% que indica que el contenido debería ser un poco más relevante con la realidad de lo que sucede en la comunidad local y nacional.



**Figura 3** Relevancia de contenidos

Dentro de lo recopilado también se conoce que los lectores califican a la revista en un nivel medio la efectividad de la comunicación, ya que no siempre presentan una manera efectiva de comunicación principalmente por considerar que su contenido en artículos no contribuye en gran medida al desarrollo social y cultural de la comunidad.

### **Discusión de resultados**

El diseño gráfico de las revistas debe ser considerado uno de los factores importantes al momento de hacer las publicaciones de manera que este sea creativo, innovador y capte la atención de sus lectores que son variados en sus edades y preferencias. La información que presentan las revistas debe ser relevante para la comunidad haciendo de la misma un medio informativo importante dentro del entorno, siendo esta una de las mayores ventajas de la revista, considerando también aspectos que permitan captar la atención de los lectores de manera que se motiven en adquirir la revista en su edición impresa.

El medio impreso revista Gente Cool presenta relevancia, por lo que es necesario que este medio impreso utilice publicaciones que conlleven el uso de la tecnología de manera que puedan brindar a sus lectores información más amplia de los temas y artículos que se presentan en la misma.

Los medios de comunicación tienen como propósito mantener informada a la comunidad de los que sucede en su entorno local, nacional y mundial, por lo que este factor es uno de los de mayor consideración ya que en base a la información que se publique la

personas podrán enterarse de las novedades o sucesos que desconocían por sus diferentes actividades, ese es uno de los mayores compromisos de un medio de comunicación por lo que deben estar en constante revisión de todo aquello que publican, dando a la comunidad información clara, precisa y requerida.

Al manejarse en un entorno tan cambiante, en la que las personas prefieren informarse por medio del uso de la tecnología, los medios de comunicación impresos se ven en la necesidad de innovar aplicando estrategias que permitan aumentar el nivel de preferencia de las personas, como el uso de códigos QR o la realidad aumentada para que los lectores puedan tener al alcance una mayor información con la misma revista, considerando además fortalecer sus ediciones digitales ya que las tendencias cada día se inclinan a que las personas se mantienen informados cada vez menos por medios impresos.

La responsabilidad social también es algo muy importante, ya que todo negocio debe ser responsable, en este caso la revista presenta su contenido que de acuerdo a los lectores no contribuye mucho al desarrollo social y cultural de las personas que leen este medio de comunicación. Con lo expresado se puede interpretar que la Revista Gente Cool requiere mejorar su comunicación para que sea más efectiva para los lectores.

## CONCLUSIÓN

El analizar el contenido informativo de la revista Gente Cool ha permitido identificar los diferentes mensajes comunicativos presentes en este medio impreso, los cuales de acuerdo a la información recolectada indican que el medio impreso utiliza diseño adecuado que genera que la mayoría de las veces pueda captar la atención del lector, pero por los cambios del entorno y las nuevas generaciones debe mejorarse de manera que el diseño logre tener una la atención de los lectores.

Los medios de comunicación deben mantenerse en constante innovación para lograr mantener la atención y preferencia de los lectores por lo que el medio impreso Revista Gente Cool no debe descuidar mejorar sus ediciones impresas y digitales siendo original y creativo.

El desarrollo de nuevas estrategias comunicativas ayudará a mejorar la comunicación efectiva de la revista Gente Cool, debido a los cambios que genera el mundo actual el cual requiere la adaptación de los medios impresos a la era digital utilizando elementos interactivos en su formato impreso que le brinden facilidades al lector de obtener rápidamente una mayor cantidad de información.

El contenido tanto en artículos y temas presentados denotan ser interesantes pero los lectores prefieren que sean de mayor relevancia considerando que en la actualidad se requiere estar constantemente informados, por lo que es necesario que la revista Gente Cool aumente este tipo de contenidos, manteniendo la cohesión narrativa y claridad en sus publicaciones ya que sus lectores son variados y se motivan informarse por este medio siempre que les sea fácil de entender la información que se publica.

La comunicación efectiva en el medio impreso revista Gente Cool puede mejorar para lograr una mayor efectividad, ya que denota una buena calidad en su contenido escrito, pero que requiere una mejora en la variedad de sus artículos de manera que estos promuevan el desarrollo social y cultural de los lectores de la provincia de Santa Elena. Se sugiere aprovechar las debilidades que se han logrado conocer para convertirlas en fortalezas que permitan mejoras para lograr una mayor efectividad en la transmisión de la información, dando un mejor aprovechamiento a los gráficos e imágenes que presentan a sus lectores.

## Referencias

- Alberca, J. (2022). Importancia de la comunicación no verbal del profesorado en el aprendizaje y rendimiento: la percepción del alumnado del Grado en Educación Primaria. Córdoba: UCOPress. Obtenido de <https://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/23322/2022000002471.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Álvarez-Risco, A. (2020). Clasificación de las investigaciones. Lima: Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Negocios Internacionales.
- Barragán Puente, K. B. (2022). Propuesta de un modelo de comunicación efectiva para mejorar el clima laboral de una unidad educativa. (Master's degree). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec:80/handle/22000/21188>
- Barranco, K. (2021). Transformación digital en medios impresos de la ciudad de Barranquilla. Universidad de la Costa. Obtenido de [https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO\\_REP/115/1/Pandemia%2C%20Mutaci%C3%B3n%20de%20los%20Medios%20Impresos%20al%20Entorno%20Digital%20en%20la%20Provincia%20de%20Cotopaxi.pdf](https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO_REP/115/1/Pandemia%2C%20Mutaci%C3%B3n%20de%20los%20Medios%20Impresos%20al%20Entorno%20Digital%20en%20la%20Provincia%20de%20Cotopaxi.pdf)
- Bello, C. (2018). Comunicación efectiva desde la gerencia educativa. Venezuela: Revista Electrónica de Ciencias de la Educación, Humanidades, Artes y Bellas Artes.
- Benaissa, S. (2019). Medios impresos versus digitales: de la agónica lectura de periódicos a los nuevos consumos de información digital. OpenEdition. doi:<https://doi.org/10.4000/argonauta.3855>
- Brumley, P., & Tobías, Y. (2021). La comunicación efectiva como herramienta para alcanzar la meta y los objetivos de la organización. (Bachelor's degree). Universidad San Marcos, San José, Costa Rica. Obtenido de <http://repositorio.usam.ac.cr/xmlui/handle/11506/1533>
- Calderon, C., & Guerra, S. (2020). Análisis del tratamiento informativo de los medios impresos diario correo y opinión sobre la covid19 periodo de marzo abril 2020. UTMACHT. Obtenido de

[http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/16399/1/T-3975\\_CALDERON%20OROZCO%20CLAUDIA%20CAROLINA.pdf](http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/16399/1/T-3975_CALDERON%20OROZCO%20CLAUDIA%20CAROLINA.pdf)

- Creswell, J. (2018). *CresweResearch design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed. ed.). SAGE Publications.
- De Lima, F. (2021). *La postura corporal y la comunicación efectiva en las organizaciones*. Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Echevarría, H. (2019). *Métodos de investigación e inferencias en Ciencias Sociales : una propuesta para analizar su*. Río Cuarto : UniRío Editora,.
- Espol. (2019). *Cartilla Pedagógica- Comunicacion científica y academica*. Espol. Obtenido de <http://www.cise.espol.edu.ec/sites/cise.espol.edu.ec/files/pagina-basica/Cartilla%20N%C2%BA%2010%20-%20Comunicaci%C3%B3n%20cient%C3%ADfica%20y%20acad%C3%A9mica.pdf>
- Fernández, M. (2022). *Comunicación efectiva y el trabajo en equipo*. España: Ediciones Paraninfo S.A.
- Figueredo , A., León , R., & Martínez , M. (2019). *Procedimiento para el procesamiento de información científica en la DPI de la carrera Ingeniería Forestal*. Universidad de Granma – UDG(75).
- Franco, A. (2023). *El discurso periodístico a través de la lingüística textual*. *Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 20, 50-54.
- Galán, J. (2021). *Estudio de la credibilidad que generan los medios de comunicación en los jóvenes de la ups durante la cobertura de los temas relacionados con la pandemia del covid-19*. Universidad Politécnica Salesiana.
- Hernández , S., Fernández , C., & Baptista, L. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed). Mexico: McGraw Hill.
- Hernández, M., Lluesma , M., & Olivera, B. (2019). *Hacia una comunicación eficaz*. Scielo, 38(2). Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0257-43142019000200006](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0257-43142019000200006)
- Hernández, M., Lluesma, M., & Olivera, B. (2019). *Hacia una comunicación eficaz*. Scielo, 38(2). doi:[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0257-43142019000200006](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0257-43142019000200006)
- Hevia, I., Rodriguez, C., & Fueyo, A. (2019). *Los procesos comunicativos desde la*

- perspectiva de los educadores en la era de la Cultura Digital. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 305-320. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/18250/1/REXTN-Ch140-19-Hevia.pdf>
- Llanos, E., & Tusa, F. (2021). *Migración de los medios impresos de Machala a entornos digitales en el 2020* (Vol. 5). Quito: USFQ Press.
- Martínez, R. (2016). *MEDIOS IMPRESOS Y APROXIMACIONES AL PERIODISMO DIGITAL*. Universidad Politecnica Slesiana de Quito. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/12455/1/UPS-QT09696.pdf>
- Ministerio de Educación. (2021). *Matemáticas octavo grado*. Quito-Ecuador: Maya Ediciones Cia. Ltda.
- Moncada, Y. (2016). *Influencia de los medios de comunicación impresos para la protección ambiental en la población del Cantón Babahoyo, Provincia de los Ríos*. Universidad Técnica de Babahoyo. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/2764/P-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000037.02.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Montes, A. (2021). *Relación entre el Diseño Gráfico y la Comunicación*. *Entretejidos. Revista de Transdisciplina y Cultura* .
- Mora Gordillo, M. J. (2023). *Plan de comunicación integral para la Revista Utopía de la Universidad Politécnica Salesiana*. (Bachelor's thesis). Universidad Politécnica Salesiana, Cuenca, Ecuador. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/25948>
- Neuman, W. (2021). *Reseña del libro Métodos de investigación social: enfoques cualitativos y cuantitativos*. Nueva Delhi, India: Pearson Education Limited.
- Pedriz, S. B. (2019). *Medios impresos versus digitales: de la agónica lectura de periódicos a los nuevos consumos de información digital*. OpenEdition.
- Puente, G. (2019). *El periodista en la era digital: transformaciones y cambios del oficio periodístico en la prensa escrita*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/16497/El%20periodista%20en%20la%20era%20digital%20transformaciones%20y%20cambios%20d.pdf?sequence>

=1&isAllowed=y

- Quaranta, N. (2017). La comunicación efectiva: un factor crítico del éxito en el trabajo en equipo. Universidad Adventista del Plata, 21-46.
- Quaranta, N. (2019). Comunicação eficaz: um fator crítico de sucesso no trabalho em equipe. *Enfoques*, pp.21-46. Obtenido de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1669-27212019000100003&script=sci\\_abstract&tlng=pt](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1669-27212019000100003&script=sci_abstract&tlng=pt)
- Rodríguez Espinoza, J. (2015). Estrategia de comunicación para Fortalecer la imagen institucional del Centro de multiservicios educativos (CEMSE). (Doctoral dissertation). Universidad Mayor de San Andres, La Paz, Bolivia. Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/24531/PG-677.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rodríguez, P., & Caicedo, M. (2021). Pandemia, Mutación de los Medios Impresos al Entorno Digital en la Provincia de Cotopaxi. *Revista Enfoques de la Comunicación*. Obtenido de [https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO\\_REP/115/1/Pandemia%20C%20Mutaci%C3%B3n%20de%20los%20Medios%20Impresos%20al%20Entorno%20Digital%20en%20la%20Provincia%20de%20Cotopaxi.pdf](https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO_REP/115/1/Pandemia%20C%20Mutaci%C3%B3n%20de%20los%20Medios%20Impresos%20al%20Entorno%20Digital%20en%20la%20Provincia%20de%20Cotopaxi.pdf)
- Rodríguez-Solis, A. (2022). La Comunicación, elementos y beneficios. *Con-Ciencia Boletín Científico de la Escuela Preparatoria No. 3*, 47-48.
- Ruíz, J., & Martínez, M. (2015). *Comunicación efectiva y trabajo en equipo*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Schwartz, C. (2021). Modelo cognitivo de procesamiento de la información. Comprendiendo los procesos PINE de la cognición. *Universidad Nacional de Córdoba*, 1(1), 39-48 . Obtenido de <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/pinelatam/article/download/36231/36525/128552>
- Silva, N., Paredes , I., & Ocaña , J. (2022). La calidad de la información en los medios digitales de noticia. *Recimundo*, 6(4), 46-57. doi:[https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(4\).octubre.2022.46-57](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(4).octubre.2022.46-57)
- Traverso, P., Williams, B., & Palacios, I. (2017). LA COMUNICACIÓN EFECTIVA COMO ELEMENTO DE ÉXITO EN LOS NEGOCIOS. Universidad ECOTEC. Obtenido de <https://libros.ecotec.edu.ec/index.php/editorial/catalog/download/13/12/72-1?inline=1>

- Valbuena, A., & Soler, L. (2021). Análisis sistemático de literatura sobre los estudios relacionados con las ciberculturas y su impacto en el proceso comunicativo del siglo xxi focalizado a los proyectos de desarrollo. (F. d. Universidad Cooperativa de Colombia, Ed.) Repositorio Institucional Universidad Cooperativa de Colombia.
- Velasco, M. (2019). Medios impresos y la influencia de los contenidos en el comportamiento social de los adolescentes de la parroquia mata de cacao, cantón babahoyo, provincia de los ríos 2018. Universidad Técnica de Babahoyo. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/5235/P-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000105.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Yang, Y., Saladrigas, H., & Torres, D. (2016). PROCESO DE COMUNICACIÓN EN LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO. ANÁLISIS TEÓRICO DEL COMPORTAMIENTO A PARTIR DE MODELOS TÍPICOS. Scielo, 8(2), 165-173. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v8n2/rus21216.pdf>
- Yépez, A. (2019). Análisis situacional de los Medios Impresos Vs Medios Digitales en la ciudad de Babahoyo. Babahoyo: Universidad Técnica de Babahoyo.



## Anexo 2 Entrevista



Universidad Estatal Península De Santa Elena

Maestría en Comunicación

**ENTREVISTA**

**Tema:** La comunicación efectiva del medio impreso Revista Gente Cool.

**Entrevistado:** \_\_\_\_\_

**Entrevistador:** \_\_\_\_\_

No.	VI Comunicación efectiva
1	¿Cuál considera usted la importancia de la comunicación efectiva en el medio impreso, específicamente para la Revista Gente Cool del cantón La Libertad?
2	¿Considera que la Revista Gente Cool aporta al desarrollo social y cultural de sus lectores?
3	¿Cómo evalúa la efectividad de la comunicación en la Revista Gente Cool en el año 2023?
	<b>VD Medio Impreso</b>
4	¿Cree Ud. que la Revista Gente Cool presenta adecuadamente su diseño gráfico en su contenido el medio impreso?
5	¿Cómo calificaría la originalidad y creatividad del diseño gráfico de la Revista Gente Cool?
6	¿Cuáles considera Ud. que son los principales desafíos para lograr una comunicación efectiva en el medio impreso Revista Gente Cool?
7	¿Cree Ud. que la comunicación efectiva en el medio impreso sigue siendo relevante en la era digital actual?

Muchas gracias

### Anexo 3 Resultados de encuesta

¿Considera que la Revista Gente Cool genera impacto social y cultural de la en la comunidad del cantón La Libertad?

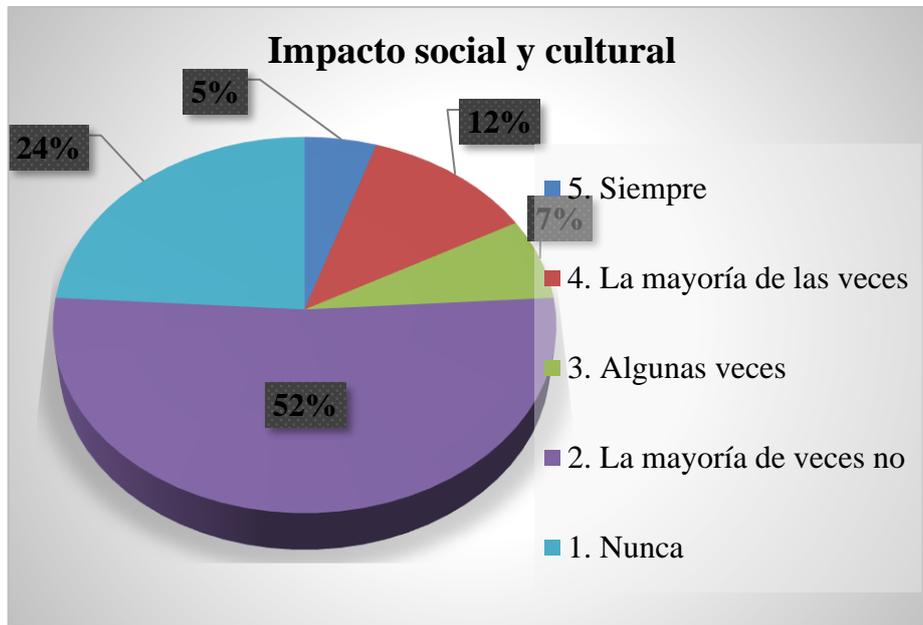


Figura 4 Impacto social y cultural

¿Qué tan efectivo cree que es el diseño gráfico y la presentación visual de la Revista Gente Cool para comunicar su contenido?

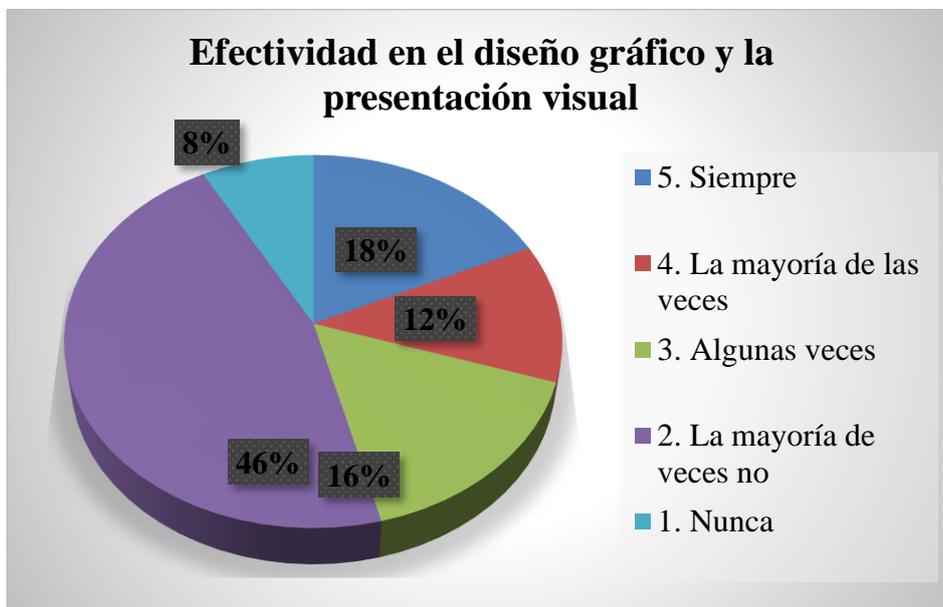


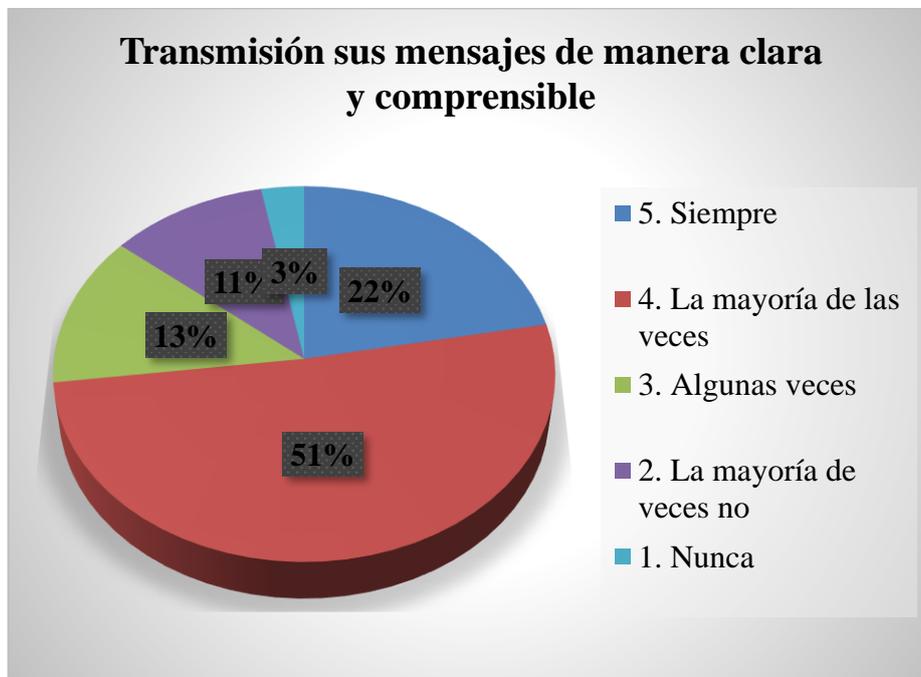
Figura 5 Efectividad en el diseño gráfico y la presentación visual

¿En qué medida considera que existe cohesión narrativa entre los diferentes temas tratados en la revista?



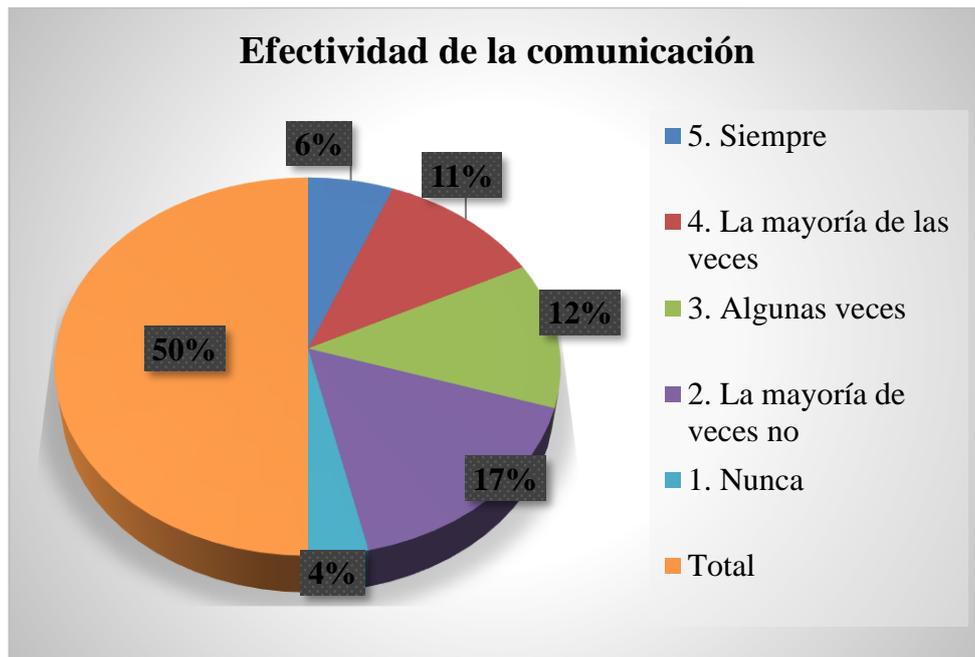
**Figura 6** Cohesión narrativa entre los diferentes temas tratados en la revista

¿Considera que la Revista Gente Cool ha logrado transmitir sus mensajes de manera clara y comprensible a lo largo del año?



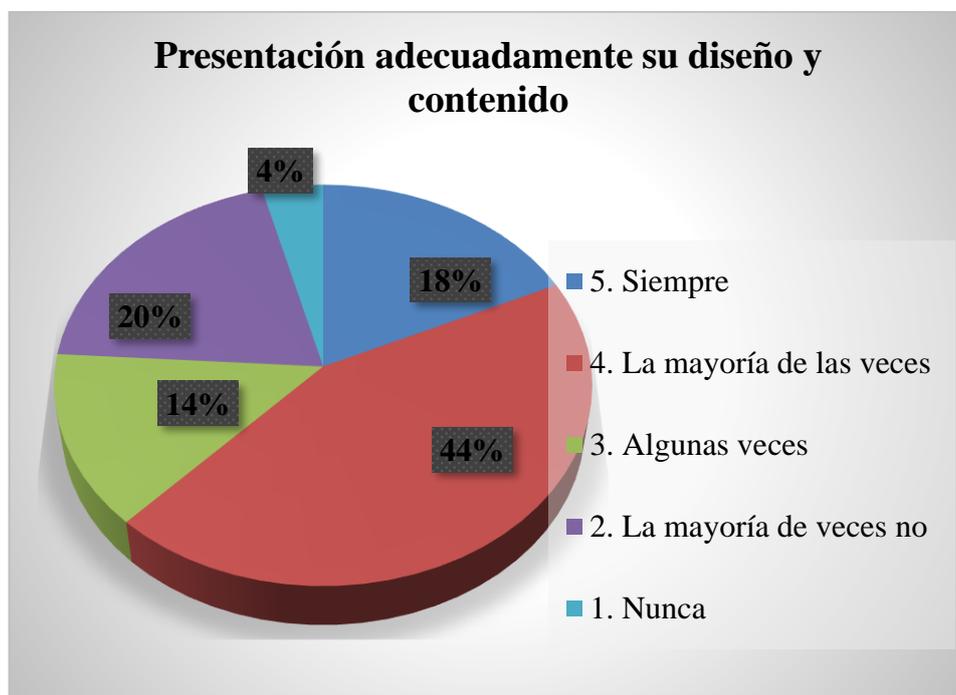
**Figura 7** Transmisión sus mensajes de manera clara y comprensible

¿Cómo evalúa la efectividad de la comunicación en la Revista Gente Cool en el año 2023?



**Figura 8** Efectividad de la comunicación

¿Cree Ud. que la Revista Gente Cool presenta adecuadamente su diseño y contenido el medio impreso?



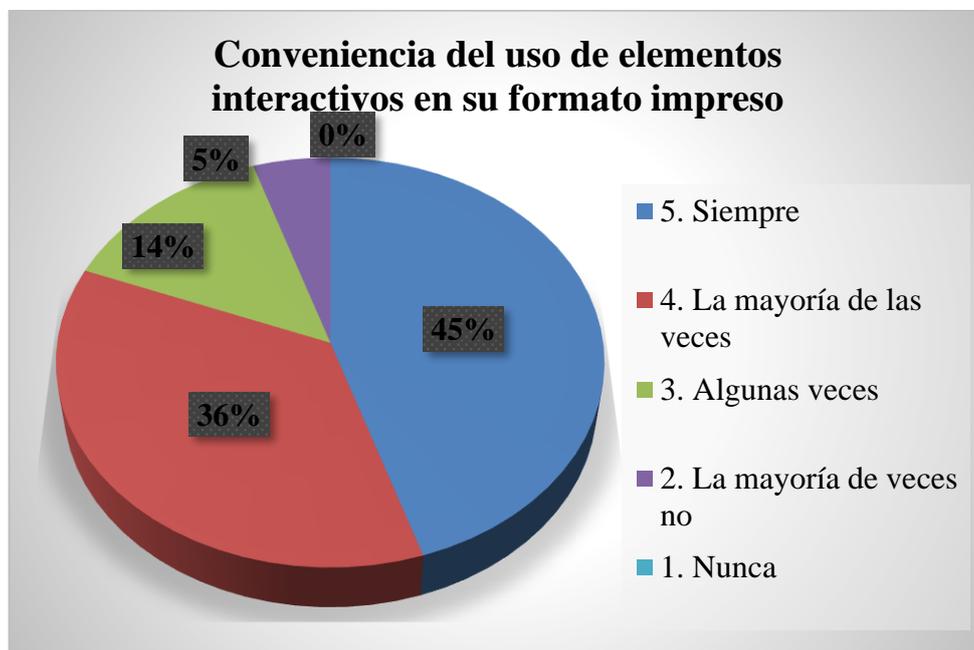
**Figura 9** Presentación adecuadamente su diseño y contenido

¿Cómo calificaría la originalidad y creatividad del diseño gráfico de la Revista Gente Cool?



**Figura 10** Originalidad y creatividad

¿Considera conveniente que la Revista Gente Cool utilice elementos interactivos en su formato impreso, como códigos QR o realidad aumentada?



**Figura 11** Conveniencia del uso de elementos interactivos en su formato impreso

#### Anexo 4 Resultados de entrevista

1	<p><b>¿Cuál considera usted la importancia de la comunicación efectiva en el medio impreso, específicamente para la Revista Gente Cool del cantón La Libertad?</b></p> <p>De acuerdo a los entrevistados la comunicación efectiva es muy importante para cualquier medio de comunicación impreso, debido a que esto genera la confianza de los lectores en la información que leen, siendo esta vital para mantener un alto nivel de preferencia. Los medios de comunicación, sean impresos o digitales requieren que la comunicación sea efectiva, de manera que se pueda compartir la información con la comunidad de manera clara y concisa. La importancia de la comunicación efectiva radica en que esta permite a los medios de comunicación mantener la atención de sus lectores, manteniendo su credibilidad y confianza.</p>
2	<p><b>¿Considera que la Revista Gente Cool aporta al desarrollo social y cultural de sus lectores?</b></p> <p>Todo medio de comunicación debe ser responsable socialmente, cumpliendo su rol de informar a la sociedad, dentro de ello es necesario tomar en cuenta que dentro del contenido que publican constantemente debe haber contenido que aporte al desarrollo social y cultural de las personas, de manera que este promueva el crecimiento educativo del lector, siendo este relacionado con la comunidad.</p>
3	<p><b>¿Cómo evalúa la efectividad de la comunicación en la Revista Gente Cool en el año 2023?</b></p> <p>La efectividad de la comunicación dentro de este medio impreso es considerado medio alto, destacando que existen puntos de mejora significativos que permitirán a la revista posicionarse mejor en la comunidad, mostrando contenido claro, transparente y relevante de manera que las personas se sientan interesadas por la lectura siendo este de su interés.</p>
4	<p><b>¿Cree Ud. que la Revista Gente Cool presenta adecuadamente su diseño gráfico en su contenido el medio impreso?</b></p> <p>El diseño que presenta la revista es considerado adecuado en su contenido impreso,</p>

	<p>pero es necesario que cada medio debe considerar a quienes dirige su información, en este caso los lectores de la provincia de Santa Elena son personas de diferentes edades y gustos, por lo que se deben desarrollar estrategias creativas e innovadoras que permita a este medio de comunicación presentar un diseño al día con los cambios tecnológicos que existen, los cuales son usados con mayor frecuencia por las personas.</p>
5	<p><b>¿Cómo calificaría la originalidad y creatividad del diseño gráfico de la Revista Gente Cool?</b></p> <p>La revista Gente Cool mantiene una presentación creativa y original en el contenido que presenta en su edición impresa, pero debe fortalecer el uso de las herramientas tecnológicas para aumentar la preferencia de los lectores ya que en la actualidad las personas se interesan más por mantenerse informados por medio de las redes sociales u otros medios tecnológicos, siendo esto de mucha consideración al momento de mantener la atención en un medio impreso.</p>
6	<p><b>¿Cuáles considera Ud. que son los principales desafíos para lograr una comunicación efectiva en el medio impreso Revista Gente Cool?</b></p> <p>Los medios de ediciones impresas se enfrentan a varios desafíos para mantener una comunicación efectiva con la comunidad, partiendo desde el uso de la tecnología la cual ha hecho que las personas se interesen por informarse por medios digitales, reduciendo el interés por la adquisición de medios impresos.</p> <p>Otro de los desafíos que se presentan para estos medios es la facilidad de accesibilidad que tienen las personas en informarse por medio de las redes sociales, la cual les brinda información actual en cada minuto, lo cual no puede hacer un medio impreso.</p> <p>Así mismo, los medios impresos deben mantener una constante lucha a cambio de cultura generacional, es decir a que las nuevas generaciones se interesan cada vez menos por la lectura en papel, siendo una generación que nació con muchos cambios tecnológicos lo cual hace que prefieran obtener información directamente desde sus celulares o computadoras.</p>

7	<p><b>¿Cree Ud. que la comunicación efectiva en el medio impreso sigue siendo relevante en la era digital actual?</b></p> <p>La relevancia de los medios impresos es cada vez más baja, esto debido a que la relevancia de los medios digitales a aumentado, ya que las personas prefieren mantener su atención en los celulares siendo esta una herramienta muy utilizada por las personas para mantenerse informados de los que ocurre en la actualidad.</p>
---	--

**Anexo 5 Edición impresa de Revista Gente Cool**





## GAD Municipal de La Libertad Apertura Mercado No. 4 y 25 de Septiembre

El sábado 21 de septiembre, entraron en funcionamiento, el Mercado No. 4 y 25 de Septiembre del cantón La Libertad, inmuebles municipales que garantizan un ambiente seguro para el ordenado expendio de frutas, legumbres, carnes, mariscos, pescados y viveres de primera necesidad.

El alcalde de La Libertad, Víctor Valdivia, junto a la vicealcaldesa Ing. Karen Medina y los concejales Marino Carrión, Anthony Tola, Joffre Parades y Francisco Tamariz, presidieron la apertura del Mercado 25 de Septiembre, que se realizó desde las 10 de la mañana.

sectores populares de la Velasco Ibarra, entre otros.

Horas más tarde, la autoridad municipal, en un acto similar, efectuó la apertura oficial del Mercado No. 4, una estructura de dos plantas, con parqueadero subterráneo, ascensores, patio de comidas y 292 locales comerciales.



En su intervención, afirmó que ahora los comerciantes realizarán sus actividades en condiciones dignas, dejando atrás esas décadas de trabajo bajo la insalubridad, indicó que la alcaldía, procurará convertir el sector en un polo de desarrollo, generando las condiciones necesarias que necesitan los habitantes de los sectores aledaños.

La vicealcaldesa por su parte manifestó que la administración municipal, desarrollará adecuaciones para mejorar el servicio que se brinda a la ciudadanía. "Como presidenta de la Comisión de Tránsito, Transporte Terrestre y Seguridad Vial, dialogaré con dirigentes del transporte público, para analizar la posibilidad de generar una nueva ruta hasta el mercado", aseguró.

Ante la presencia de la ciudadanía en general, enfatizó que el progreso de la ciudad es posible con ordenamiento, un compromiso que deben asumir los libertenses, especialmente los comerciantes, quienes deben de ejercer su actividad en los espacios asignados como el Mercado No. 4, Jorge Cepeda, No 5, Feria Libre y 25 de Septiembre.

Luego de su discurso, en compañía de la vicealcaldesa y concejales, realizó un recorrido por el nuevo mercado municipal. A su paso por la planta baja y sito, donde se encuentran distribuidos los locales comerciales, saludó cordialmente con los arrendatarios, a quienes les entregó gorras y mandiles.



El Mercado 25 de Septiembre, acoge a comerciantes de diferentes asociaciones y...beneficia directamente a familias de los barrios San Vicente, Las Minas, 6 de Diciembre, 3 de Junio, 24 de Mayo, Manatí, La Ferrocarrilera,

Comerciantes de carnes, legumbres, pescado y de comidas preparadas, se mostraron complacidos de iniciar sus actividades en sus nuevos locales, esperando tener éxito en el inaugurado mercado, lugar público en el que se asegurará el cumplimiento de parámetros de higiene de los productos, a través del Departamento de Salud e Higiene Municipal.



**Dr. Msc. Guido B. Moreno Ordóñez**  
**NOTARIO 02 CANTÓN LA LIBERTAD**

**HORARIO DE ATENCIÓN**  
**DE LUNES A VIERNES**  
 DESDE LAS OCHO HASTA LAS TRES  
**SABADO**  
 DESDE LAS OCHO HASTA LAS OCHO  
**ININTERRUMPIDAMENTE**

**ESTAMOS UBICADOS!**  
 En el Cantón La Libertad  
 Provincia de Santa Elena  
 Barrio Simón Bolívar  
 Av. 12E s/n entre calles 27 y 28  
 (frente a Lubrificadora Chafén)

orguidomoren@hotmail.com Cel: 0999470461 - 0999966305

**SUCURSAL**

**My Bar On The Beach**  
**Bar & Restaurant**

**Luis Tenimpuquay**  
 GERENTE

**Abrimos al público los 365 días del año**

Platos a la carta elaborados con mariscos, pescados, carnes rojas, aves, pastas y una variedad de cócteles.

Atención Personalizada  
 Wi-Fi - Duchas - Parasoles  
 Parqueadero Privado

Comuna San Pablo - Sector Las Cabañas Ruta del Spondylus  
 Reservas: (04) 2912122 - Celular: 0989609096  
 Santa Elena - Ecuador

**ESTALVID**  
**ALUMINIO Y VIDRIO**

Luis A. De la Cruz  
 PROPIETARIO

¡Atención con pasión por cada momento!

Construcción y reparación de puertas, ventanas, marcapisos, vitrinas y todo tipo de estructuras en aluminio y vidrio.

ACABADOS EN ACERO  
 CUBIERTOS DE VIDRIO  
 FACHADA DE ESPORTES  
 VIDRIO TEMPLADO

CUBIERTOS DE POLICARBONATO  
 DISTRIBUCIÓN DE MATERIALES

1041 2 786212  
 09 94483195 - 09 9618030

Av. 12 entre Calles 23 y 24  
 Via La Libertad - Salinas

Estalvid  
 www.estalvid.com

**CORPORACIÓN JURÍDICA SALAZAR & ASOCIADOS**

"Defender y precautelar la integridad de sus derechos es nuestro compromiso profesional"

**Fernando R. Salazar Calderon**  
 ABOGADO

**Juan José Merino Almeida**  
 ABOGADO

**ASUNTOS LEGALES & CORPORATIVOS**

Teléfonos: 0991024598 - 0990194973 - 0962748736

Dirección: La Libertad - Av. 15 Barrio Kennedy (Sector 7 esq.)  
 Email: abfernandosalazar@hotmail.com - abfernandosalazar@hotmail.com

<https://corporacion-salazar.negocio.ite> f Corporación Jurídica Salazar @abfernandosalazar