



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y LA SALUD  
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

**LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PERIÓDICO COMUNITARIO Y SU  
REPERCUSIÓN EN LOS MORADORES DE LA COMUNA SINCHAL DE  
LA PARROQUIA MANGLARALTO DE LA PROVINCIA DE SANTA  
ELENA EN EL AÑO 2011**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**AUTORA:**

**LILIANA VANESSA BORBOR BACILIO**

**ASESOR:**

**LCDA. VERÓNICA ZAMBRANO**

## TRIBUNAL DE GRADO

---

**Abg. Carlos San Andrés Restrepo**  
Decano de la Facultad de Ciencias

---

**Lcdo. Milton González S.**  
Director de la Escuela  
Sociales y de la Salud

---

**Lic. Verónica Zambrano**  
Profesor Tutor.

---

**Profesor de Área**

---

**Abg. Milton Zambrano Coronado MSC**  
Secretario General Procurador

## **DEDICATORIA**

Con esfuerzo y empeño dedico mi tesis a **TI DIOS** que me diste la oportunidad de vivir y de regalarme una familia maravillosa.

A “**MIS PADRES**” que me dieron la vida y han estado conmigo en todo momento, gracias a su apoyo económico e incondicional hicieron posible que mis sueños se hayan logrado, gracias **A MIS HERMANAS Y TÍOS** que con sus consejos, animo y confianza a seguir, he logrado, lo que hoy me ayuda para recompensar ese sacrificio, gracias a todos ellos por darme esa oportunidad, los llevare para toda la vida en mi corazón.

**LOS QUIERO MUCHO.**

## **AGRADECIMIENTO**

Dar las gracias cuando corresponde es un gesto humano y que habla bien de la persona que lo hace. Por eso mismo, cuando tengas que agradecer a aquel que hizo algo por ti, vale demostrar de **CORAZÓN AMOR Y SINCERIDAD**, valores importantes en la vida de alguien que sabe reconocer aquel sacrificio.

De manera primordial agradezco a **DIOS** quien me ha sabido guiar con sabiduría e inteligencia hacia el éxito, a el por brindarme maravillosas cosas que hoy valoro de todo corazón y por permitir que aun sigan con vida a las personas que amo.

A mis **PADRES, HERMANAS, TÍOS** por todo ese apoyo y a quienes quisieron lo mejor para mi, hablo del valor importante **MIS ESTUDIOS**.

Tener en mente siempre y agradecer a esta institución que me dio la oportunidad de continuar con mi meta propuesta, a la **UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA**, por creer en la juventud, que somos el futuro del mañana.

Por que no agradecer a mis maestros, quienes me han brindado sus conocimientos, compartir sus experiencias e instruirme por el camino de la sabiduría, en especial a mi maestra, tutor, e amiga Lcda. **VERÓNICA ZAMBRANO**, quien con paciencia y enseñanzas, he logrado culminar con esta etapa especial en mi vida, ella es un ejemplo a seguir.

Gracias a todas las personas que confiaron en mi y al apoyo que me brindaron, es por eso que pido al buen creador les ilumine e incremente su fe, y así por medio de el, puedan lograr el éxito.

**LILIANA BORBOR BACILIO**

## **CERTIFICACIÓN**

**LIC. VERÓNICA ZAMBRANO**, Tutora de Tesis del Estudiante de Licenciatura en Comunicación Social, Lilita Vanessa Borbor Bacilio.

CERTIFICA:

Que una vez revisados los contenidos de la investigación y desarrollo del **trabajo de titulación o graduación**, estos guardan relación con lo estipulado en la reglamentación prevista por los organismos de estudios de tercer nivel, los mismos que cumplen con los requisitos básicos y científicos, y con los parámetros del método de investigación y su proceso; por lo tanto solicito se dé el trámite legal correspondiente.

Atentamente,

**LIC. VERÓNICA ZAMBRANO DELGADO**

TUTORA DE TESIS.

## ÍNDICE

Dedicatoria	II
Agradecimiento	III
Certificación	XV
Índice	V
Listas de Anexos	VIII
Índice de cuadro y gráficos	IX
Resumen	XI
Introducción	XII
Tema	13
Antecedentes	14
Justificación	18
Problema	20
Enunciado del problema	20
Planteamiento del problema	20
Posibles causas del problema	20
Objetivos:	21
General	21
Específicos	21
Hipótesis:	21
Señalamiento de la hipótesis	21
Variable Independiente	21
Variable Dependiente	21
Operacionalización de las variables	22
<b>capítulo I</b>	<b>24</b>
Marco teórico referencial	24
Unidad I. periódico comunitario	24
1.1. Periódico	24
1.2. Periodico comunitario	24
1.3. El periódico como herramienta informativa para la organización comunitaria.	26
1.4. Movimiento de medios comunitarios y alternativos	27
1.5. Contribución de los medios de comunicación alternativa	28
1.6. Los periódicos generalistas	29
1.7. La prensa diaria	30
1.8. Diseño de periódicos comunitarios	30
1.9. Definición y elección del prototipo	35
1.10. La elección tipográfica	35
1.11. Formato de periódicos	37
1.12. Que se necesita para elaborar un periódico comunitario	38
1.13. Darlo a conocer: distribuirlo	39
<b>Unidad II. Parroquia Manglaralto</b>	<b>40</b>
2.1. Manglaralto	40
Parroquialización	40
Aspectos generales de la parroquia Manglaralto.	41

2.2. Ubicación geográfica de la parroquia dentro del cantón.	41
2.3. División territorial de la parroquia Manglaralto	42
2.4. Extensión y límites.	43
<b>Unidad III. Comuna Sinchal</b>	<b>44</b>
3.1. Reseña histórica	44
3.2. Barrios y calles de la comuna Sinchal	45
3.3. Símbolos de la comunidad	46
3.4. Vía y medios de comunicación	48
3.5. Aspecto económico, político, social	48
3.6. Aspectos organizativos	49
3.7. Aspecto cultural	51
3.8. Tradiciones que se conservan	52
3.9. F.O.D.A. de la comunidad	53
<b>Unidad IV. Como contribuye los periódicos comunitarios en el desarrollo local</b>	<b>58</b>
4.1. Desarrollo local	55
4.2. Componentes del desarrollo local	55
4.3. Identidad local	56
4.4. Desarrollo sostenible	56
4.5. Periodico y el desarrollo	56
4.6. Procesos comunitarios	58
<b>Unidad v. Disposiciones legales sobre medios comunitarios.</b>	<b>61</b>
5.1. Nueva constitución de 2008 comunicación e información	61
5.2. Ley de comunas	62
5.3. Ley especial de telecomunicaciones	63
5.4. La ley de ejercicio profesional del periodistas	64
<b>Capítulo II</b>	<b>65</b>
Metodología.	65
2.1. Métodos de investigación a utilizar	65
2.2. Población y muestra	65
2.3. Técnicas e instrumentos	66
2.4. Modelo de encuesta	66
2.5. Fases de la investigación	67
<b>Capítulo III. Análisis y discusión. Conclusiones</b>	<b>68</b>
3.1. Análisis e interpretación de resultados	68
3.2. Conclusiones	91
3.3. Recomendaciones	92
<b>Capítulo IV</b>	<b>93</b>
La propuesta	93
1. Título	93
2. Justificación	93
3. Diagnóstico	94
F.O.D.A. de la comunidad	94

4.Fundamentación teórica de la propuesta	95
4.1. El periódico comunitario	95
4.2. Aspecto sociológico de la comunidad	97
4.3. Aspecto legal de la comuna	98
5.Objetivos de la propuesta	99
5.1.Objetivo general	99
5.2.Objetivos específicos	99
6.Factibilidad de la propuesta	99
6.1. Aspecto legal del periódico comunicación e información	100
6.2.La ley de ejercicio profesional del periodistas	100
6.3 Técnica	101
6.4. Recursos humanos	101
6.5. Política	104
7.Descripción de la propuesta	104
7.1. Características físicas del periódico	104
7.2. Validación de la propuesta.	104
7.3. Componentes del periódico	105
7.4. Impacto.	105
<b>8.Bibliografía</b>	<b>106</b>
Anexos	107

## **LISTA DE ANEXOS**

Modelo de encuestas	<b>107</b>
Barrios en mal estado de la comuna Sinchal	<b>108</b>
Dispensario medico	<b>108</b>
Conversatorio con el presidente de la comuna	<b>109</b>

## ÍNDICE DE CUADROS Y GRÁFICOS

Tabla No. 1 Variable independiente	22
Tabla No. 2 variable Dependiente	23
Tabla No.3 Hombre o Mujer	68
Tabla No.4 Edad	69
Tabla No.5 Con que regularidad utiliza los medios de Comunicación	70
Tabla No.6 Con que continuidad lee los medios Impresos	71
Tabla No.7 Lee información política	72
Tabla No.8 Lee información económica	73
Tabla No.9 Lee información Cultural	74
Tabla No.10 Lee Información turística	75
Tabla No.11 Lee información de crónica roja	76
Tabla No.12 Lee artículos de opinión	77
Tabla No.13 De crearse un periódico, cual seria su circulación.	78
Tabla No.14 Apoyaría a la iniciativa de crear y mantener un periódico	79
Tabla No.15 Usaría un periódico local como herramienta	80
Tabla No.16 Confiaría en las manifestaciones u opiniones	81
Tabla No.17 considera que sean escuchados sus opiniones	82
Tabla No.18 considera que un periódico local contribuirá al desarrollo	83
Tabla No.19 Compraría un periódico de circulación local	84
Tabla No.20 Donde desea adquirir un periódico comunitario	85
Tabla No.21 cuanto estaría dispuesto a invertir por informarse	86
Tabla No.22 Lee información política (hombre)	87
Tabla No.23 Lee información económica( Mujer)	88
Tabla No.24 Lee información de crónica roja(hombre)	89
Tabla No.25 lee información de crónica roja(mujer)	90
Tabla No.26 Equipos de trabajo	101
Tabla No.27 Costo administrativo	101
Tabla No.28 Costo Operativo	102
Tabla No.29 Presupuesto final de egresos	102
Tabla No.30 Precios de publicidad a Color	102
Tabla No.31 Precios de publicidad B/N	103
Tabla No.32 Presupuesto final de Ingresos	103
Tabla No.33 Presupuesto final	103

## GRÁFICOS

Grafico No.1 Posibles causas del problema	20
Grafico No.2 Mapa de la parroquia Manglaralto	40
Grafico No.3 Dato general de población de Manglaralto	43
Grafico No.4 Mapa de la ruta del sol	43
Grafico No.5 Foto de la comuna Sinchal	45
Grafico No.6 Croquis de la comuna Sinchal	46
Grafico No.7 Bandera de la comuna Sinchal	47
Grafico No.8 Escudo de la comuna Sinchal	48
Grafico No.9 Iglesia de la comuna Sinchal	51
Grafico No.10 Hombre o Mujer	68
Grafico No.11 Edad	69
Grafico No.12 Con que regularidad utiliza los medios de Comunicación	70
Grafico No.13 Con que continuidad lee los medios Impresos	71
Grafico No.14 Lee información política	72
Grafico No.15 Lee información económica	73
Grafico No.16 Lee información Cultural	74
Grafico No.17 Lee Información turística	75
Grafico No.18 Lee información de crónica roja	76
Grafico No.19 Lee artículos de opinión	77
Grafico No.20 De crearse un periódico, cual seria su circulación.	78
Grafico No.21 Apoyaría a la iniciativa de crear y mantener un periódico	79
Grafico No.22 Usaría un periódico local como herramienta	80
Grafico No.23 Confiaría en las manifestaciones u opiniones	81
Grafico No.24 Considera que sean escuchados sus opiniones	82
Grafico No.25 Considera que un periódico local contribuirá al desarrollo	83
Grafico No.26 Compraría un periódico de circulación local	84
Grafico No.27 Donde desea adquirir un periódico comunitario	85
Grafico No.28 Cuanto estaría dispuesto a invertir por informarse	86
Grafico No.29 Lee información política(hombre)	87
Grafico No.30 Lee información económica (mujer)	88
Grafico No.31 Lee información de crónica roja(hombre)	89
Grafico No.32 Lee información de crónica roja (mujer)	90

# **LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PERIÓDICO COMUNITARIO Y SU REPERCUSIÓN EN LOS MORADORES DE LA COMUNA SINCHAL DE LA PARROQUIA MANGLARATO DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA EN EL AÑO 2011**

## **RESUMEN**

El presente trabajo de implementación de un periódico comunitario en la comuna Sinchal parroquia Manglaralto, es una investigación que abarca diferentes temas relacionados a la COMUNICACIÓN y creación de un periódico, donde a través de ella conoceremos cuán importante es tener un medio comunitario que abarque noticias locales y a la vez que sean difundidas por este medio. El actual esfuerzo contiene varios temas el cual está detallado de la siguiente manera: Tenemos el antecedente, los objetivos, definición del problema, conoceremos las costumbres, religiones y necesidades que conllevan los habitantes de la comunidad de Sinchal también las diferentes comunas que tiene la parroquia Manglaralto. Asimismo damos a conocer el desarrollo e implementación, mencionando además que es el primer periódico comunitario que circula en la localidad de Sinchal y en la provincia de Santa Elena.

## INTRODUCCIÓN

Al empezar esta investigación me di cuenta lo importante que es la comunicación y los diferentes beneficios que se obtiene a indagar la investigación de un tema preciso e importante, para poder desarrollar diversos capítulos inmersos en la obra, se necesitan, buscar, analizar, preguntar e interpretar para llegar a la ejecución de un periódico comunitario en la localidad de Sinchal, pues es de mucha importancia de presentar el primer PERIODICO COMUNITARIO en la provincia de Santa Elena en el año 2011, donde damos a conocer a la ciudadanía en general, la realidad que viven los moradores de esta localidad.

La implementación de un periódico comunitario y su repercusión en los moradores de la comuna Sinchal de la parroquia Manglaralto en la provincia de Santa Elena, nace con el propósito de que los habitantes den a conocer sus necesidades que presentan día a día, es por eso que detallamos el objetivo general y los específicos para el mejor entendimiento de cómo poder mejorar su calidad de vida de los nativos.

Dentro del desarrollo de la obra encontraremos el Capítulo I, Unidad I que habla sobre el periódico comunitario, Unidad II que trata sobre la parroquia Manglaralto y sus diferentes comunidades, Unidad III Comuna Sinchal, desde su creación barrios y los diferentes aspectos principales que tiene esta localidad, tal es así que ponemos a disposición este trabajo de investigación si la situación amerita.

## ANTECEDENTES

En los años 70 y los 80, la comunicación entendida como “la otra”, llamada popular, ciudadana o comunitaria, tuvo su auge en Latinoamérica, comprometida con los movimientos sociales y la crítica frente a la sociedad imperante. Fue una época muy fructífera en experiencias, compromiso y reflexiones.

Se conoció muy de cerca el mundo popular y su importancia en la sociedad, y la apuesta por una organización popular y democrática articulada, llenó y hasta suplió las utopías políticas de ese entonces.

Aquellas personas que vivían en sectores marginados y que eran invisibilizados por el estado y las sociedades, se convirtieron en protagonistas: sus voces eran escuchadas, desde allí se les percibía como nuevos y auténticos gestores del cambio social.

El papel de los medios de comunicación que gozan de la participación de la gente es cada vez más necesario en las comunidades, a éstos se les considera “la boca social de la realidad y del contexto cotidiano”.

Porque es allí donde convergen las voces de campesinos, amas de casa, niños, niñas, jóvenes, indígenas. Quienes son vistos no cómo simples consumidores sino como sujetos participativos, que aportan a los contenidos y a la construcción de las narrativas locales.

Cabe anotar que quienes programan y producen los mensajes de estos medios son comunicadores aficionados, líderes; muy pocas veces encontramos profesionales del periodismo. Por tanto, este informe le apuesta a visibilizar la situación actual de estos “otros” medios que funcionan en Latinoamérica, aquellos que adquieren diferentes nombres en cada país: medios ciudadanos, comunitarios, indigenistas, de interés social etc.

Este relato lo enriquecen personas del común, investigadores, productores locales, profesores, periodistas, aquellos que están inmersos en el debate para construir desde lo local, desde la voz y letra de sus entornos.

Tal como menciona el investigador Alfonso Gumucio, sobre la **Sostenibilidad** en los medios de comunicación el cual es un arte de equilibristas, porque es uno de los temas que pone a estos medios en la cuerda floja. Por ser comunitarios, se considera comúnmente que su trabajo debe ser gratuito, razón por el cual lleva a muchas emisoras televisión y periódicos comunitarios al fracaso. Pero no es solo la sostenibilidad económica la piedra en el zapato de estos medios, también existen otras sostenibilidades, que Jeanine El' Gazí, jefe de la unidad de radio del Ministerio de Cultura de Colombia, denomina como: sostenibilidad social, sostenibilidad política y sostenibilidad cultural.

**La sostenibilidad social** se plantea desde la constitución del proyecto comunicativo, sus dolientes, sus seguidores y ejecutores. Si este proyecto es débil, no se tiene la claridad de qué se quiere, también será frágil el medio.

**La sostenibilidad política** es aquella que se garantiza cuando los medios dejan de ser partidistas y se convierten en la boca social, donde caben todos los sectores de la sociedad.

**La sostenibilidad cultural** es aquella que permite que desde el medio, se tengan en cuenta los distintos intereses sociales para que se transformen en propuestas culturales del entorno.

Todas estas sostenibilidades son necesarias en cualquier medio de comunicación; para José Manuel Ramos comunicador mejicano, experto en radios indigenistas.

**La sostenibilidad económica** se da con el apoyo de organizaciones, de voluntarios, que quieren expandir su cultura y saberes populares; sin embargo, hay quienes se asocian y empiezan a transmitir pero con intereses comerciales.

Viendo la diversidad y heterogeneidad de los medios de comunicación que se definen como "comunitarios" puede resultar complicado intentar buscar una definición que los abarque completamente.

No es posible caracterizarlos por el uso de la tecnología ni por el alcance o el impacto social que generan o por los ingresos que obtienen. Todo

medio con vocación verdaderamente comunitaria, sin embargo, tendrá en común el objetivo de beneficiar a la comunidad en la que está inmerso por sobre intereses económicos. En ese sentido, los medios de comunicación comunitarios están orientados a funcionar como una herramienta democratizadora de la sociedad y en general están comprometidos con la defensa de sus derechos, comenzando por el derecho a pensar y expresarse libremente.

Estos medios también surgen de las comunidades cuando éstas sienten la necesidad de dejar de ser consumidores pasivos de información para convertirse en protagonistas, generadores y portadores de sus culturas. En muchas poblaciones postergadas los medios comunitarios son las únicas voces con las que se cuenta para demandar mejores condiciones de vida.

Con la tendencia creciente a la formación de redes internacionales estas voces pueden amplificarse de forma significativa.

Al igual que los recursos financieros, y con ellos, los medios de comunicación se han ido concentrando cada vez más en manos de unos pocos, dejando de lado cada vez más sus posibilidades como herramientas de desarrollo social y cultural para convertirse en estructuras funcionales a la expansión el consumo y a la promoción de una única visión del mundo.

Los medios de comunicación comunitarios proporcionan una alternativa a las imposiciones del mercado, comprometiéndose con una vocación de justicia social y defensa de la diversidad.

Es de esta manera que se plantea **la implementación de un periódico comunitario y su repercusión en los moradores de la comuna Sinchal parroquia Manglaralto provincia de Santa Elena**, debido a que en las Parroquias que abarcan la cabecera Cantonal, No existe un Medio de comunicación comunitario que sea dirigido a las áreas rurales donde puedan expresar sus necesidades que abordan cada día.

Es por eso, que a través de la implementación los 6200 habitantes de la localidad, según el censo poblacional que se realizó en el año 2009, podrán expresar sus necesidades, que afrontan en el transcurso de su vida cotidiana, ante las autoridades pertinentes, sea esta a nivel poblacional el cual no sean visto como unos simples consumidores si no más bien como personas gestoras de un cambio social que contribuyan a un desarrollo de la provincia de Santa Elena.

La implementación ofrece servicio comunitario importantes, asimismo noticias locales, conmemoración de eventos cívicos, publicidad de eventos y servicios locales de igual manera segmentos donde los habitantes puedan debatir temas políticos, económicos y sociales a través de personas que conformen el cabildo comunal por lo tanto estaríamos dando prioridad al avance de esta área y porque no decir de la provincia.

Está orientado también a funcionar como una herramienta democratizadora de la sociedad y además está comprometida a la defensa de sus derechos, comenzando por el derecho a pensar y expresar libremente, como lo estipula la constitución en la sección tercera de Comunicación e Información en su Art.16 numeral 1 el cual manifiesta, Que todas las personas en forma Individual o colectiva tiene derecho a:

Una comunicación libre, Intercultural, Incluyente, diversa y participativa en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma en su propia lengua y sus propios símbolos.

Es decir todos los ciudadanos tenemos derecho a expresar libremente nuestros ideales a fin de que sean escuchados.

## JUSTIFICACIÓN

La implementación del periódico comunitario y su repercusión en los moradores de la comuna Sinchal surge mediante la no existencia de periódicos comunitarios en la provincia de Santa Elena, donde los habitantes a través de este medio puedan expresar sus necesidades, ideales que mantienen en el transcurso de sus vidas.

Pues vivimos en un sistema de cambio donde la sociedad en general busca un porvenir mejor cada día, a través de diferentes medios que esté al alcance de cada ser humano, es de esta manera que propongo la implementación de un periódico comunitario en esta área.

Según el método de la observación, realizado en la comunidad de Sinchal, se detecto que se mantiene informados a través de los medios de comunicación televisivo o radial y esto es dependiendo a la economía que tengan cada hogar para adquirir este artefacto necesario, donde estén informados de los hechos que ocurren en el Ecuador y en el mundo debido a que los medios impresos actuales de la provincia no llegan a las diferentes comunidades aledañas, donde puedan también manifestar sus carestías.

Tal es así, que nuestro eje principal es proyectarnos al desarrollo de la comunidad y de la provincia, pues favorece entonces a los 6200 habitantes manteniéndoles informados de los hechos de gran relevancia y también pronunciarían sus necesidades.

Por tal razón la constitución del Ecuador aprobada en la ciudad de Alfaro (Montecristi) en Julio de 2008.manifiesta en la sección tercera de comunicación e información del **art.16 numeral 3**, la creación de los medios de comunicación social y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radios y televisión públicas, privadas y comunitarias y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas asimismo en el

**art.18 numeral 1** menciona que, todas las personas en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir, y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y proceso de interés general y con responsabilidad ulterior.

Es decir a través de los conocimientos obtenidos y respaldado por la ley: todas las personas tenemos derecho a informarnos, lo cual favorece, porque si bien es cierto y tomando en cuenta los pocos medios impresos que circulan en la zona norte y en especial en esta área de estudio, pocas son las que involucran a las comunidades.

El periódico comunitario es un eje fundamental para el desarrollo de la provincia, pues los habitantes a través de ello podrán manifestar, a las entidades públicas gubernamentales sus necesidades que disponga para el progreso y mejorar la calidad de vida de los pueblos comunitarios.

# EL PROBLEMA

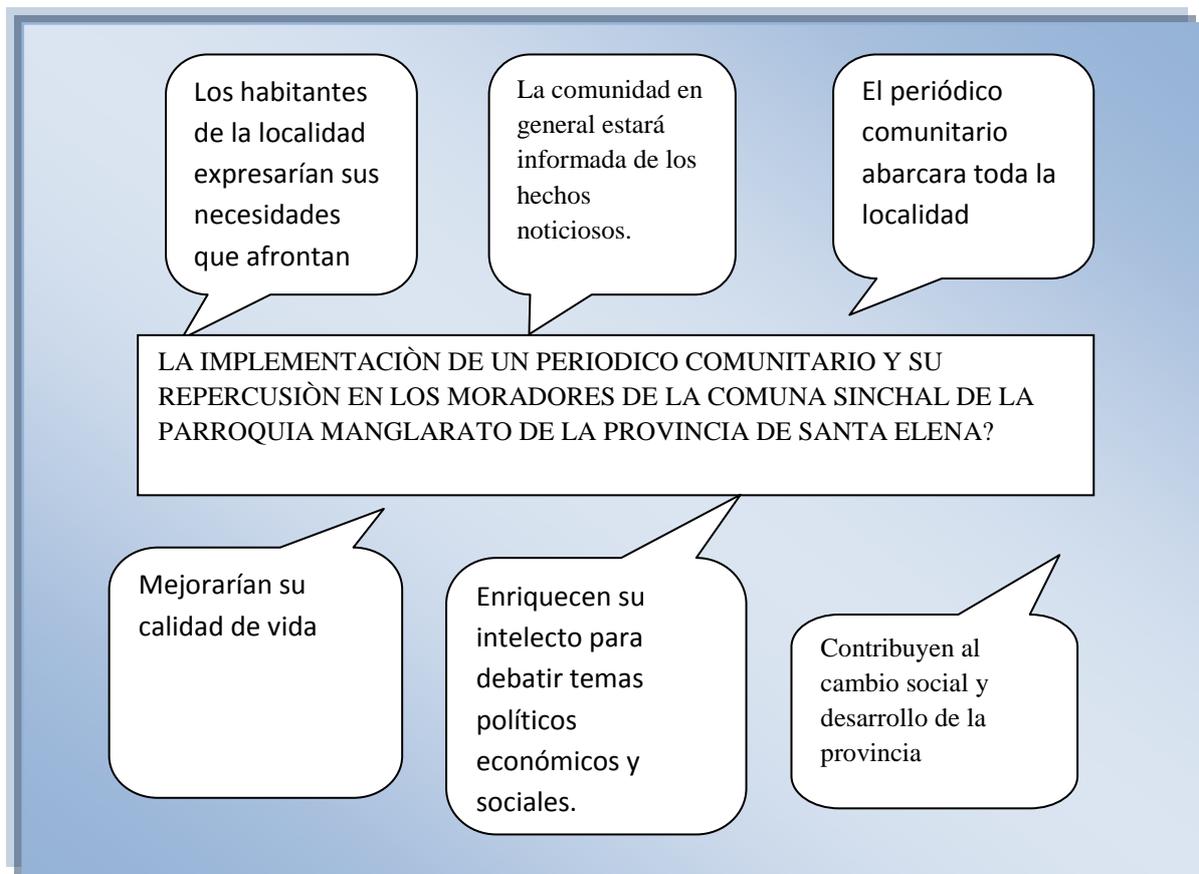
## ENUNCIADO DEL PROBLEMA

La necesidad de implementar un periódico comunitario y su repercusión en los moradores de la comuna Sinchal, parroquia Manglaralto de la Provincia de Santa Elena en el año 2011.

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Que incidencia tendría la implementación de un periódico comunitario y su repercusión en los moradores de la comuna Sinchal parroquia Manglaralto de la provincia de Santa Elena?

## POSIBLES CAUSAS DEL PROBLEMA



## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Crear un periódico comunitario en la comuna Sinchal para que los habitantes expresen sus necesidades ante las autoridades competentes y de esta manera mejorar su calidad de vida.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Servir de enlace, para que sean ayudados ante las autoridades Gubernamentales
- Mantener informados a la localidad sobre los hechos noticiosos de la provincia de Santa Elena, para debatir temas políticos, económicos, social.
- Lograr buena aceptación de la comunidad para que aporten con contenidos y a la construcción de las narrativas locales.

## **HIPÓTESIS**

### **SEÑALAMIENTO DE LA HIPÓTESIS**

Si existiera un periódico Comunitario en la comuna Sinchal entonces los habitantes expresarían sus necesidades y estarían informados con hechos noticiosos, oportunos y veraces

Si los habitantes de la comuna Sinchal estarían informados con hechos noticiosos, oportunos y veraces entonces es porque existe un periódico comunitario.

## **VARIABLES**

### **VARIABLE INDEPENDIENTE**

Implementación de un periódico comunitario

### **VARIABLES DEPENDIENTE**

La repercusión de la comunicación comunitaria “En los moradores de la comuna Sinchal”



## OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

OPERACIONALIZACIÓN VARIABLE INDEPENDIENTE					
ABSTRACTO			CONCRETO		
VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS INSTRUMENTOS
Implementación de un periódico comunitario.	En la fase de implantación se definen las soluciones y se planifican las tareas a realizar	<b>Gestión del Proyecto</b> -Objetivos -Planificación -Organización <b>Gestión de Procesos</b> -Desarrollo de rutina de trabajo. -Formación del equipo de trabajo. <b>Gestión de la Solución</b> -Desarrollo y entrega de propuesta. -Material formativo. -Validación de la aplicación. <b>Gestión de la Información</b> Recopilación de datos Limpieza de datos Configuración de los módulos de migración de datos Migración de datos (pruebas) Validación de datos	Existen medios de comunicación impresos dentro de la provincia pero no llegan a todas las comunidades.	1 ¿Considera Ud. Que haya un estudio de factibilidad para la creación de un periódico comunitario en la comuna Sinchal?  2 ¿cree usted que el estudio conlleve a mejorar la calidad de vida de los habitantes?	<b>TÉCNICA:</b> Encuesta  <b>INSTRUMENTO:</b> Cuestionario

Tabla No. 1

Fuente: Liliana Borbor

OPERACIONALIZACION VARIABLE DEPENDIENTE					
ABSTRACTO			CONCRETO		
VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS INSTRUMENTOS
Repercusión de la comunicación comunitaria	Consiste en darle un espacio a cualquier miembro de determinada comunidad que tenga algo que decir, rompiendo el esquema de los medios masivos creados por corporaciones que controlan la información y valoran la rentabilidad por sobre todas las cosas.	<p>Periódico comunitario Dirigido a todo a todas las personas de la localidad de Sinchal.</p> <p>Tipo: Diario local: Que ofrece información de la actualidad del entorno más cercano (población determinada).</p>	<p>Medios relacionados a periódicos comunitarios.</p> <p>Periódico en la comuna Sinchal: 0 Periódicos de circulación local en la provincia de Santa Elena: 13</p>	<p>1. ¿Está Ud. De acuerdo que circule un periódico comunitario en la localidad de Sinchal?</p> <p>2.- ¿Considera Ud. Que es necesario tener un periódico comunitario donde manifiesten sus necesidades locales?</p>	<p><b>TÉCNICA:</b> Encuesta</p> <p><b>INSTRUMENTO:</b> Cuestionario</p>

Tabla No. 2

Fuente: Liliana Borbor

# CAPITULO I

## MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

### UNIDAD I. PERIODICO COMUNITARIO

#### 1.1. PERIODICO

Específicamente, el **periódico** es la publicación periódica que presenta noticias (crónicas, reportajes) y artículos de opinión o literarios. Los artículos no firmados se consideran la opinión del editor (o artículo editorial). Además, suele proporcionar información diversa a sus lectores: meteorológica, bursátil, de ocio o cultural (como programación de cine y teatro), de servicios públicos (como farmacias de guardia, horarios y líneas de transporte o cuestiones similares), y a veces incluye tiras de prensa y diversos tipos de pasatiempos. Las ediciones dominicales suelen incluir diversos tipos de suplementos. En ocasiones, se incluyen regalos o diversos tipos de promociones comerciales para incentivar su compra.

#### 1.2. PERIODICO COMUNITARIO

El periodismo comunitario consiste en darle un espacio a cualquier miembro de determinada comunidad que tenga algo que decir, rompiendo el esquema de los medios masivos creados por corporaciones que controlan la información y valoran la rentabilidad por sobre todas las cosas.

El documento proporciona algunos criterios que justifican la necesidad de crear o perfeccionar las técnicas y procesos del periodismo informativo e interpretativo comunitario, que responda al punto de vista, condiciones y realidad de los sectores populares. Ofrece nociones sobre la función de un periódico comunitario, sus procesos de organización y producción de los contenidos, la conformación del equipo de trabajo y la distribución del periódico.

A través de la implementación del periódico comunitario los habitantes de la comuna Sinchal de la parroquia Manglaralto; lograrán herramientas que les permitan ser controladores de las políticas, y les dé una visión particular de ciudadanos que exigen sus derechos de acuerdo a lo que establecen las leyes vigentes en el país, además de las diferentes actividades de promoción cultural, deportiva, ecológicas y de ambiente que permitan el crecimiento de la comunidad. Este medio impreso, pretender ser un medio alternativo y confiable donde los habitantes de la comunidad puedan aprender a ser ciudadanos activos de la sociedad.

Los periódicos comunitarios pueden ser periódicos de gran circulación dentro de una ciudad por los cuales la gente paga. Acceder a ellos puede hacerse de la misma forma como se hace a los periódicos referidos en Medios de Impacto Nacional. Sin embargo, es probable que estos sean periódicos independientes patrocinados por publicidad local.

Este tipo de periódicos puede ser distribuido libremente en los hogares, al igual que pueden ser dejados en sitios públicos como bibliotecas y tiendas para que la gente los pueda recoger. El primer caso es más confiable, debido a que es más fácil determinar la repartición geográfica de la información. En el segundo caso, debe hacerse una observación más profunda para determinar si el periódico ha alcanzado al público pretendido, asimismo debemos de mencionar las diferentes características que se complementan en el periódico comunitario los cuales son:

- Participación ciudadana.
- Libertad real de expresión y opinión de los habitantes.
- Derecho a la información y comunicación.
- Pluralidad ideológica y de opinión.
- Información como bien público.
- Primacía de la función social, mediadora y formadora de los medios de comunicación.

- Construcción de la democracia participativa y de la democratización de la comunicación.
- Contribuir al desarrollo y al bienestar social.

También vale la pena tener en cuenta seis aspectos que son referenciados para configurar el espacio comunicativo e informativo del periodismo con fines ciudadano, tomemos en cuenta lo siguiente: Información de interés público, información pública y dialogo ciudadano, significación social del periodismo participativo, información y credibilidad, periodismo y cultura cívica deliberante, información y construcción de democracia.

### **1.3. EL PERIÓDICO COMO HERRAMIENTA INFORMATIVA PARA LA ORGANIZACIÓN COMUNITARIA.**

Partiendo de esta afirmación, la creación de un periódico comunal se ofrece como una herramienta comunicacional integradora que proporciona a los grupos sociales un abanico de experiencias tanto sociales como históricas, por tanto, es considerado colaborador en los procesos de formación, desarrollo de habilidades y convicciones, particularmente necesarias en el hecho educativo, con el firme propósito de educar a un ciudadano que pueda adaptarse y convivir en una sociedad participativa y eminentemente socializada.

Las Organizaciones Comunitarias tienen por objeto, contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los distintos sectores de la comunidad, a través del fomento de la participación comunitaria solidaria y responsable", en este orden, las organizaciones comunitarias buscan promover la organización, participación y desarrollo de los dirigentes y pobladores de cada unidad vecinal, de acuerdo a sus propios intereses y necesidades, y para ello desarrollan un conjunto de acciones tendientes al fortalecimiento de los líderes y las organizaciones sociales como instrumento de participación social en pro de un bien común.

## **1.4. MOVIMIENTO DE MEDIOS COMUNITARIOS Y ALTERNATIVOS**

Lleva más de 40 años en América Latina y más de 20 años en Venezuela, cuyo origen viene de la mano del auge de la Educación Popular, la Teología de la Liberación y de las luchas por la liberación de los pueblos de las dictaduras en todo el continente en las décadas de 1960 y 1970.

En Venezuela, al igual que en el resto de América Latina, más que generarse la discusión en torno a la comunicación alternativa producto de los movimientos anarquistas de Europa, se comienza a discutir acerca de la connotación popular y comunitaria más característica de la realidad latinoamericana, adaptada a las periferias urbanas y suburbanas y a las comunidades campesinas, mineras e incluso indígenas de algunas regiones del continente. Es así como se va desarrollando un movimiento comunicativo popular que, poco a poco, hacía frente a las dictaduras en contra de la imposición de la ideología imperialista.

Desde un volante, pasando por carteleras, grabadoras de sonido, periódicos comunitarios, megáfonos, radio parlantes, hasta llegar a transmisores de vatiaje más elevado con los cuales obtener una señal de radio o televisión, la historia de los medios comunitarios ha ido siempre de la mano de las asambleas populares y de la lucha por “darse a conocer” y “hacer oír las voces del Pueblo”. En pocas palabras, democratizar la comunicación, haciendo la necesaria separación entre el medio y el mensaje.

En la actualidad, en Venezuela, la discusión existente acerca de la “libertad de expresión”, no es más que un pretexto de la burguesía nacional para seguir manteniendo espacios de poder dentro de los medios de comunicación de masas que ellos mismos dirigen, con la finalidad de hacer extensivo su aparato ideológico dominante y alienante y así seguir manteniendo “dormido” al pueblo.

Pero afortunadamente, y a partir del año de 1999, cuando se discute y aprueba la Ley Orgánica de Telecomunicaciones en la naciente Asamblea Nacional, se abrió el camino para construir todo un marco legal que diera pie al fortalecimiento de ese movimiento de medios comunitarios que antes dieran su lucha para democratizar la comunicación y extenderla a todo el Pueblo, y fue en enero del 2002 cuando se aprueba el Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitarias, que más allá de ser un conjunto de reglamentos de funcionamiento de estos medios, significa un vehículo para cumplir con los principios participativos y democráticos consagradas en nuestra Carta Magna, además de la posibilidad de realizar una comunicación para la transformación social.

Los medios alternativos y comunitarios rompen con el sistema tradicional dominante y proponen un nuevo modelo de comunicación integral y permanente para la vida, proponiendo conocimientos que se adquieren por la experiencia, cuya formación lleva a un perfil que apunta a las vivencias comunes, afirmando que el nuevo rol del comunicador que necesitamos para la transformación de este país es posible.

## **1.5. CONTRIBUCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA**

Nadie duda del actual papel manipulador y desinformador de los medios masivos de comunicación. Sin embargo, es necesario superar la discusión netamente retórica y encauzarla por las temáticas que nos permitan reaccionar de manera organizada frente a ese poder apabullante de los medios de comunicación oficial.

Es precisamente en esas reacciones que lucimos dispersos, atomizados, desgastados, tratando de dar a conocer esa realidad que pese a su crudeza permanece oculta. Tal vez sea éste el mayor logro virtual de la prensa oficial, invisibilizar la realidad hasta hacerla desaparecer.

Por eso la importancia de reunirnos en Bucaramanga, en un debate abierto que cuestione el papel idiotizante de la industria y la gestión

cultural capitalista, que nos permita definir más concretamente los impactos devastadores de los medios de comunicación dominantes en la sociedad, la economía, la política, en nuestra cultura y vida cotidiana.

Pero también es importante encontrarnos para conocernos y reconocer esos valiosos esfuerzos de comunicación que sólo se saben en el barrio, en la organización o en la comunidad en la que vivimos y trabajamos.

¿Por qué somos tan pequeños si la realidad es más grande que nosotros? ¿Cómo hacer para jugar un papel más definitivo en la tarea de la transformación de la sociedad a la que apuestan nuestras organizaciones políticas y sociales? Hay muchas preocupaciones e inquietudes, pero también afortunadamente un universo de propuestas que están en la mesa, a la espera de nosotros, los sujetos de la comunicación y del cambio político y social.

## **1.6. LOS PERIÓDICOS GENERALISTAS**

Se destinan al público en general, por lo cual su estilo es claro y conciso, y su contenido muy variado, pero siempre dividido en dos secciones generales: información y opinión, divididas a su vez en subsecciones: información nacional, internacional, local, sociedad, cultura, ciencia, salud, economía, deportes, agenda, anuncios, etcétera y, en el caso de la opinión, en: editorial, artículos de fondo, cartas al director, columnas, críticas (taurina, cinematográfica, televisiva, deportiva, teatral, musical), crónicas, humor gráfico, etc.

Los periódicos pueden estar más enfocado a temas específicos como, por ejemplo, las finanzas (prensa económica), la política, la información local (prensa local), los sucesos, los acontecimientos sociales (prensa del corazón), etc.; en cuyo caso se habla de periódicos especializados. En ocasiones se la designa por colores: prensa amarilla o sensacionalista, prensa salmón o económica (por el color del papel en que se imprimen algunos prestigiosos periódicos financieros), prensa del corazón o rosa (la

que trata sobre la vida de personas famosas). También existe una prensa infantil.

Algunos periódicos han adquirido fama por su aceptación de alguna sección en particular, ya sea que la sección sea destacada a comparación de otros periódicos, o que ésta tenga algún distintivo peculiar; por ejemplo, un periódico en una sociedad de publicación de varios periódicos puede atraer más clientela porque su sección de "anuncios clasificados" goza de fama de ser mucho más completa.

## **1.7. LA PRENSA DIARIA**

Se distingue por la impresión en papel barato, al contrario de las revistas, más ilustrado en color e impreso en mejor papel. Esta última forma de publicación ha experimentado una gran diversificación que le ha permitido resistir mejor a la competencia de los medios de comunicación electrónicos.

La posibilidad de recibir información en directo, primero a través de radio y televisión, y desde finales del siglo XX por internet (periodismo digital), ha terminado suprimiendo la diferencia que existía entre la prensa matutina y la prensa vespertina, que se vendía por la mañana y por la tarde respectivamente.

## **1.8. DISEÑO DE PERIÓDICOS COMUNITARIOS**

### **DEFINICIÓN DE DISEÑO**

Se dice que el *diseño* es la clave del poder de atracción que ejerce la prensa y, al mismo tiempo, su secreto económico. El *diseño periodístico* como actividad específica que abarca la concepción formal, la presentación y la confección global del periódico, es una especialidad profesional reciente. Entendemos por diseño de un diario, la ordenación y valoración de todo el material redactado; textos, ilustraciones y publicidad

que conforman la morfología de un diario y hacen de él un producto, moderno, expresivo y visual.

Podemos distinguir hasta tres órdenes distintos:

-Orden arquitectónico.

-Orden rítmico

-Orden de colores

La valoración tiene por objeto atraer la atención del lector como ocurre con la portada. Orden y valoración constituyen los dos elementos que proporcionan armonía y funcionalidad a los contenidos del diario, al mismo tiempo que lo hacen variado, atractivo y moderno.

En Norteamérica se inventó la linotipia, se desarrollaron los primeros sistemas de fotocomposición, se incorporó y generalizó la impresión de periódicos en color etc.

Desde el inicio de la década de los sesenta se observa un mayor interés de los lectores por el tema gráfico. Se pone de moda el nuevo concepto de diseño gráfico, que es aceptado por periódicos como “Today The New York Times” que se caracterizaba por su primera página con noticias y escasa fotografías, fue reestructurado. En cuanto a los periódicos europeos, hay que destacar las innovaciones introducidas en el Times londinense. La SND organiza un concurso para premiar la página mejor diseñada de un diario. Además cuenta en España con una sección que dirige Juan Antonio Giner.

**Diseño Gráfico:** Podemos considerar al diseño gráfico como, organización armoniosa de elementos gráficos con el objetivo de cumplir una función de comunicación visual. Esos elementos gráficos son el texto y la imagen. Estos dos elementos convierten al mensaje impreso en un mensaje bimedia, en el decir de Moles éste sería, por lo tanto, un mensaje multimedia.

El diseño gráfico se concibe para ser plasmado sobre soportes bidimensionales: papel, cartón, plástico, etc.; sin embargo estos soportes pueden ser convertidos a objetos tridimensionales: envases,

dispensadores, merchandising, etc. Esto significa que el diseñador también tiene una concepción tridimensional con respecto al uso del diseño. Habría que concordar con Moles cuando afirma que un libro, un folleto, una revista o un periódico, desde el momento que es manipulado para ser observado adquiere un carácter tridimensional, el desglose, el paso de una página a otra implican factores ergonómicos previos en su concepción.

**Diagramación.** Diagramar es distribuir, organizar los elementos del mensaje bimedia (texto e imagen) en el espacio bidimensional (el papel) mediante criterios de jerarquización (importancia) buscando funcionalidad del mensaje (fácil lectura) bajo una apariencia estética agradable (aplicación adecuada de tipografías y colores).

### **Fases del proceso del diseño**

El proceso de diseñar, suele implicar las siguientes fases:

- ❖ **Observar y analizar** el medio donde se desenvuelve el ser humano, descubriendo alguna necesidad.
  
- ❖ **Planear y proyectar** proponiendo un modo de solucionar esta necesidad, por medio de planos y maquetas, tratando de descubrir la posibilidad y viabilidad de la(s) solución(es).
  
- ❖ **Construir y ejecutar** llevando a la vida real la idea inicial, por medio de materiales y procesos productivos.

Estos tres actos, se van haciendo uno tras otro, y a veces continuamente. Algunos teóricos del diseño no ven una jerarquización tan clara, ya que estos actos aparecen una y otra vez en el proceso de diseño.

Hoy debido al mejoramiento del trabajo del diseñador (gracias a mejores procesos de producción y recursos informáticos), podemos destacar otro acto fundamental en el proceso:

- ❖ **Evaluar**, pues es necesario saber cuando el diseño está finalizado.

Diseñar como acto cultural implica conocer criterios de diseño como presentación, producción, significación, socialización, costos, mercadeo, entre otros. Estos criterios son innumerables, pero son contables a medida que el encargo aparece y se define.

De la misma manera tendremos en cuenta 5 **Géneros Periodísticos** detallamos de la siguiente manera.

- ❖ **La noticia:** es un registro objetivo, veraz y específico, que tiene como intención informar sobre un hecho de interés Público, a través de datos y fuentes de información. Las características principales de este género debe responder al que ( el hecho), quien ( el o los personajes protagonistas del hecho), como (la manera que se llevo a cabo el hecho, detalles del contexto), cuando (factor tiempo: día, mes año en el que transcurre el hecho), donde (el sitio el lugar o escenario donde sucede ), y porque ( causas u orígenes que le explican)
- ❖ **La crónica roja :** Es una narración detallada de un hecho o situación, el cual se interpreta y valora, con un estilo literario, en el cual el periodista juega un papel más relevante que la noticia, debido a que relaciona el hecho, su visión y los sentimientos.
- ❖ **El reportaje:** Relato periodístico que realiza un análisis más profundo y objetivo, teniendo en cuenta distintos puntos de vista, variedad de fuentes e investigación toda.
- ❖ **Entrevista:** Genero que se utiliza para obtener información u opinión de alguien acerca de un asunto o cuestión.
- ❖ **Editoriales:** entre los cuales se tendrá en cuenta, el artículo la editorial y la columna de opinión.

Una **publicación periódica de prensa escrita** es una publicación escrita impresa editada con periodicidad, que puede ser diaria (en cuyo caso suele llamarse **diario**), semanal (**semanario**), mensual o anual (anuario).

Específicamente, el **periódico** es la publicación periódica que presenta noticias (crónicas, reportajes) y artículos de opinión o literarios. Los

artículos no firmados se consideran la opinión del editor (o artículo editorial). Además, suele proporcionar información diversa a sus lectores: meteorológica, bursátil, de ocio o cultural (como programación de cine y teatro), de servicios públicos (como farmacias de guardia, horarios y líneas de transporte o cuestiones similares), y a veces incluye tiras cómicas y diversos tipos de pasatiempos. Las ediciones dominicales suelen incluir diversos tipos de suplementos. En ocasiones, se incluyen regalos o diversos tipos de promociones comerciales para incentivar su compra.

Distintos periódicos rivalizan en defender diferentes posturas públicas (políticas o ideológicas); tanto si son órgano oficial de algún partido político (prensa partidista), o el órgano de expresión de un grupo de presión económica (patronal, sindical) o religioso (prensa religiosa); como si se consideran independientes. Al contrario, pueden ser la única expresión autorizada en un régimen totalitario.

En casi todos los casos y en diferente medida, sus ingresos económicos, además del precio por ejemplar que cobran a sus lectores, de la publicidad y de los suscriptores que reciben el periódico en su domicilio. Algunos (la prensa gratuita), únicamente por la publicidad, se distribuyen y venden en los quioscos y en otros lugares propios para ello; a veces se vocean o reparten de forma ambulante.

Los periódicos pueden estar más enfocados en temas específicos como, por ejemplo, las finanzas (prensa económica), la política, la información local (prensa local), los sucesos, los acontecimientos sociales (prensa corazón), etc. en cuyo caso se habla de periódicos especializados. En ocasiones se la designa por colores: prensa amarilla o sensacionalista, prensa salmón o económica (por el color del papel en que se imprimen algunos prestigiosos periódicos financieros).

## **1.9. DEFINICIÓN Y ELECCIÓN DEL PROTOTIPO**

Para elaborar el diseño del periódico debemos considerar lo siguiente:

-Elaborar un periódico que se venda, de acuerdo con los criterios contenidos en el proyecto editorial.

-La elección de la audiencia.

-Qué es lo que tiene que decir el periódico: la materialidad, los contenidos, pensamiento, interpretación.

-Comunicar de la manera más clara y directa posible

-Se debe elegir el equipamiento tecnológico más adecuado en orden a la producción integral del diario.

La combinación de estos cinco elementos dará como resultado la elaboración de un prototipo de periódico que deberá responder a las características que demandan los lectores actuales.

## **1.10. LA ELECCIÓN TIPOGRÁFICA**

La primera elección suele ser el formato en el que trabajaremos, pero como en muchos diseños es un tema que ya viene impuesto por el cliente o por las circunstancias que rodean el trabajo, nos centraremos en el siguiente elemento fundamental para el diseño y creación de nuestra retícula, que será la tipografía que utilizaremos en nuestro trabajo. Además deberemos considerar este elemento no sólo como el vehiculizador del contenido, sino como un elemento que viene a aportar más información visual al diseño general, por lo que nuestra elección tipográfica debe estar en sintonía con el tema y el estilo de la publicación que estemos trabajando.

No es necesario elegir, muchos tipos para nuestro trabajo, pues eso sólo hará que el resultado pueda ser más caótico. Lo que si puede ser recomendable es elegir un tipo que contenga variedades en cuerpos y estilos, pues eso nos permitirá una mayor flexibilidad en nuestro trabajo. Como en un trabajo editorial la presencia tipográfica es amplia y el objetivo del diseñador debe ser que se lea, sería conveniente tener en cuenta las leyes de legibilidad tipográfica y facilitar en la medida de lo posible esa lectura.

Para ellos sería conveniente hacer una elección de tipográfica para los textos extensos de unos caracteres que sean bien proporcionados y abiertos, con regularidad en los tipos. Si queremos aportar una tipografía más original o poco vista, pero con poca legibilidad, deberemos hacer un uso racional de ella, aplicándola en textos poco extensos. Cuando seleccionemos este tipo de letra deberemos evaluar que esté acorde con el contenido general o el estilo de la publicación ya que las tipografías "decorativas" o con una fuerte personalidad caracterizan excesivamente el diseño.

Con respecto al cuerpo tipográfico con el que trabajaremos, debe buscarse una armonía entre ese tamaño, junto con el interlineado y la longitud de las líneas de las columnas. No olvidemos que aunque estemos hablando del un tamaño tipográfico o cuerpo, no todas las letras tienen la misma medida, ya que esto depende de la altura de la x. A mayor altura de la x mayor legibilidad tipográfica.

Cuando estamos hablando de un bloque de texto deberemos decantarnos por una medida tipográfica que estará entre 8 y 11 o 12 puntos, dependiendo de la letra elegida y el destinatario. A partir de la elección del cuerpo de texto, deberemos determinar el interlineado que debe facilitar al lector el salto de una línea a otra sin distracciones ni confusiones, para ello lo normal es que el interlineado sea unos puntos mayor que el tamaño tipográfico que estemos utilizando (un 20% más del tamaño del tipo) ,

indicándose de la siguiente forma: 8/10 o 10/12, que indica un tamaño tipográfico de 8 con un interlineado de 10 o un tamaño de 10 con un interlineado de 12.

Dos cosas deberemos considerar en cuanto al interlineado: que la medida de éste será diferentes en las columnas que sean más anchas, pues requieren un mayor interlineado para seguir manteniendo la legibilidad tipográfica. Y otro punto a considerar es con respecto a la medida de los titulares (36 puntos o más) que en este caso el espacio entre líneas debería reducirse en proporción al aumento del tamaño del punto.

Otro de los elementos a determinar será la anchura de la columna, que evidentemente debe seguir en relación con los elementos anteriores para buscar esa armonía de legibilidad tipográfica. Lo normal es que las columnas tengan un ancho que puede ir de sesenta a setenta caracteres.

## 1.11. FORMATO DE PERIÓDICOS

Actualmente la mayoría de los diarios se distribuyen bajo cuatro clases principales de formato:

- **Hoja grande, tamaño sábana o asabanado, broadsheet:** 600 mm por 380 mm, usado muchas veces por los periódicos más serios. Un ejemplo es el formato utilizado por el periódico The Times hasta 2004.
- **Tabloide** es un tipo de periódico con dimensiones menores que las ordinarias, que contiene fotograbados informativos. Usualmente su formato es de 431.7mm por 279.4mm.

Este formato de periódico es utilizado porque, en comparación con los formatos de hoja grande (600 × 380 mm) y el formato Berliner (470 × 315 mm), el formato tabloide es más práctico para la lectura. Entre los periódicos que utilizan este formato se encuentran La Vanguardia, El País, El Periódico de Cataluña o El Mundo, de España; La Jornada de

México, El Espectador de Colombia; Clarín de Argentina, La Tercera de Chile o Bild de Alemania (el diario más leído en la Unión Europea) Muchos diarios han cambiado de un formato grande a tabloide en los últimos años debido a la incomodidad que al leer causan los formatos estándares. El formato tabloide puede o no estar engrapado.

- **Berliner:** de 470 mm por 315 mm, usado por periódicos como Le Monde.
- **Arrevistado:** Formato similar a las revistas, incluso con grapas. Es poco frecuente, aunque se sigue utilizando, como es el caso del diario español ABC y el Diario Argentino "La Tarde".

## **1.12. QUE SE NECESITA PARA ELABORAR UN PERIÓDICO COMUNITARIO**

### **QUÉ SE NECESITA**

Son diferentes inconvenientes que se plantean para realizar un periódico tradicional entre ellas tenemos: Diferenciar un producto según la forma y los contenidos, darlo a conocer, su distribución o cómo conseguir el dinero necesario, para poner en marcha una empresa, pues eso es, al fin y al cabo, en lo que se ha convertido una idea, un proyecto. Ahora vamos a ver qué se necesita para elaborar y plasmar los contenidos en un periódico, ya sea impreso o digital. En principio, se requiere un equipamiento técnico básico, así como un equipo de personas con quienes vas a realizarlo.

Técnico para que a través de ello exista una gran eficacia, por lo tanto ayuda a que el periódico tenga mejor calidad. Suelen contar con modernos sistemas de pre-impresión que facilitan el trabajo de coordinación de la redacción, el diseño, la composición, la fotografía, la reproducción gráfica, etc., todos ellos propios de una redacción electrónica desde el que:

- a) Se puede titular desde el propio ordenador.
- b) Se reciben informaciones desde otros puntos o centros informativos.
- c) Se pueden recuperar textos de forma inmediata.
- d) Se pueden modificar artículos o noticias sin afectar al cierre.
- e) Se garantiza la absoluta privacidad de la información.

### **1.13. DARLO A CONOCER: DISTRIBUIRLO**

De nada va a servir todo el trabajo que se realice para hacer un periódico si las personas a quienes queremos hacerlo llegar no lo conocen, no saben que existe y por supuesto, si no lo pueden adquirir, mediante la venta o de forma gratuita, en algún punto de venta o consumo. Así pues, otro de los objetivos es dar a conocer el periódico al mayor número posible de lectores potenciales en un tiempo suficiente para que puedan interesarse, puedan apreciar su lectura y se conviertan en compradores o suscriptores fieles.

La promoción se utiliza para comunicar e introducir una idea nueva, como es el periódico, pero también para hacer más grande o prolongar una idea ya existente o exitosa y para corregir o restablecer una situación o una actitud.

## UNIDAD II. PARROQUIA MANGLARATO



Gráfico No.2

Fuente: Municipio de Santa Elena

### 2.1. MANGLARALTO

Población pesquera de gran belleza natural, su extensa playa está rodeada por verdes palmeras que ponen el toque exótico al paisaje. Sus hermosas playas, crean un ambiente adecuado para el descanso y la tranquilidad.

Es el punto de partida de visitas guiadas a los bosques de Dos Mangas y Loma Alta, en una aventura para los interesados en conocer el bosque seco tropical.

### PARROQUIALIZACIÓN 29 DE MAYO DE 1861 SAN IGNACIO DE LOYOLA

#### Ubicación

Se encuentra en el cantón de Santa Elena, a 4 Km. De Montañita.

#### Extensión

Cubre un área de 3.100 metros y sus olas son apetecidas por surfistas de todo el mundo.

#### Clima

Cuenta con un clima seco.

## **Flora y Fauna**

En el sector existen 8000 hectáreas de bosques para conocer la flora y fauna nativas.

### **Atractivos**

- La playa de Manglaralto una hermosa playa que brinda a los turistas paz y tranquilidad, junto a sus paisajes maravillosos y la brisa acogedora.
- Las Cascadas de Dos Mangas que está a 15 minutos de Manglaralto es un lugar para apreciar el trabajo de los artesanos que cosechan los productos que brindan las montañas para luego transformarlos en piezas muy delicadas como los botones, pulseras, sombreros, esculturas, carteras y hasta cortinas.

En los senderos hacia las cascadas se atraviesa por el bosque seco tropical donde se puede observar la flora y fauna sobre todo una gran variedad de aves.

- La Isla de Pelado, en la cual usted puede observar aves marinas como pelícanos, alcatraces, entre otros.
- Los Arrecifes de Ayangue uno de los remanentes coralinos ubicados en el Ecuador.

La observación de flora y fauna endémica en los bosques dos mangas y loma alta.

## **ASPECTOS GENERALES DE LA PARROQUIA MANGLARALTO.**

### **2.2. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LA PARROQUIA DENTRO DEL CANTÓN.**

La parroquia Manglaralto se encuentra ubicada dentro del Cantón Santa Elena de la siguiente manera:

Cabecera Cantonal: Santa Elena

Cabeceras Parroquiales: 5

Manglaralto

Colonche

Atahualpa

Simón Bolívar

Chanduy

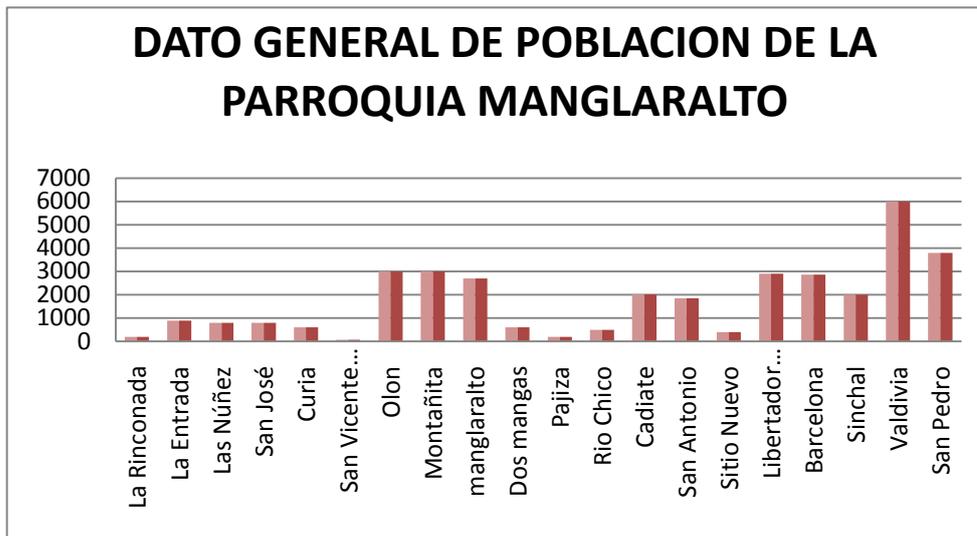
Comunas: 62

### **2.3. DIVISIÓN TERRITORIAL DE LA PARROQUIA MANGLARALTO**

La Parroquia de Manglaralto tiene como cabecera parroquial a la Comuna Manglaralto y la división política de la faja costera está conformada por las siguientes comunas, de norte a sur:

1. La Entrada
2. Las Núñez
3. San José
4. Curia
5. Olon
6. Montañita
7. Dos Mangas
8. Pajisa
9. Rio Chico
10. Cadeate
11. San Antonio
12. Sitio Nuevo
13. Libertador Bolívar
14. Valdivia
15. San Pedro
16. Sinchal

## 17. Barcelona



**Gráfico No. 3**

**Fuente:** Municipio de Santa Elena

### 2.4. EXTENSIÓN Y LÍMITES.

La Parroquia Manglaralto tiene una extensión territorial de 64.462 m<sup>2</sup> y su extensión en el área urbana es de 5.282 m<sup>2</sup>. Mantiene un aproximado de habitantes de 23.423 según El Instituto Nacional de Estadística y Censos, realizado el 25 de noviembre del año 2001.



**Gráfico No. 4**

**Fuente:** Municipio de Santa Elena

## UNIDAD III. COMUNA SINCHAL

Comunidad ubicada en la zona norte de la provincia de Santa Elena a una distancia de 45km del Cantón Santa Elena de la parroquia Manglaralto, limita al Norte con el Rio Valdivia, Sur con el cementerio (Sinchal), Este con la comuna Barcelona, Oeste con la comuna Valdivia, superficie está compuesta por 5.837,50 compartida con la comuna Barcelona, en la actualidad cuenta con 6200 según el censo poblacional que se realizo en el año 2009, la mayoría de las viviendas son de bloques cruzados techos de eternit y zinc, cuenta con sus respectivas dependencias diferenciándose cada uno de acuerdo a la situación económica de su propietario.

### 3.1. RESEÑA HISTORICA

SU NOMBRE: La comunidad se llama Sinchal

Se deriva por las siguientes razones:

- Anteriormente habían dos agrupaciones de las familias una de Colonche y otra de Sinchal los habitantes de colonche usaban una vestimenta llamada **CHAL** por el frio que hacía en la región y cuando visitaban esta comunidad, decía vamos donde los **SIN-CHAL**, porque ellos no usaban esta vestimenta.
- También se dice que los habitantes de Santa Elena invitaron a esta comunidad a que participe de sus festividades, siendo una costumbre usar como vestimenta el **CHAL** para sus presentaciones, pero estos pobladores no llevaron tal vestuario, razón especial para que los denominaran Sinchal.
- **SINCHAL**, en el idioma quichua significa valle rodeado de lomas.



**Grafico: No. 5:** Comuna Sinchal, fotografía tomada desde el cementerio de Sinchal, marzo 2011.

**Fotógrafo:** Sr. Milton Suárez, Secretario de la comuna

### **3.2. BARRIOS Y CALLES DE LA COMUNA SINCHAL**

Cuenta con 9 barrios y 8 calles la misma que detallamos de esta manera

#### **BARRIOS**

- Primero de mayo
- 10 de agosto
- Central
- San Pablito
- 30 de junio
- 3 de noviembre
- La marina
- Buenos aires
- Bella vista



- Levantamiento de una planta de energía eléctrica
- Designación de espacios físicos para obras publicas: teatro, cuerpo de bomberos
- Creación de los símbolos de Sinchal

El 10 de Agosto de 1967 con la llegada de los misioneros procedente del seminario de Quito, José Dávila oriundo de Quito y Antonio Bonilla de Ambato quienes tenían un espíritu comunitario y muy preocupado por el desarrollo social, deciden plasmar sus ideas a la creación de los símbolos patrios designándoles de la siguiente manera, celeste anaranjado y verde.

El color **CELESTE**, significa la inmensidad del cielo y su pureza del pensamiento del hombre sinchalense como infinito el la sabiduría de Dios.

El color **ANARANJADO**, como resultado el la mezcla del amarillo y el rojo colores característicos de los abundantes productos agrícolas de aquel entonces, naranja, sandía, tomate, papaya, limón, banana etc. Que convierten a Sinchal en un sector netamente agrícola y productivo.

El color **VERDE**, significa la amplia vegetación de aquella época que inspira el respeto y la conservación de la tierra y la madre naturaleza.



**Grafico: No. 7.** Fotografía de la bandera de La Comuna Sinchal

**Fotógrafo:** Sr. Milton Suarez habitante de la comuna Sinchal

De la misma manera crearon el ESCUDO detallándose así:

El ovalo blanco significa la paz y la pureza espiritual del sinchalense un casco con tres plumas que significa el encuentro de dos mundos el continente Europeo y América Indígena.



**Grafico: No. 8.** Fotografía del escudo de la Comuna Sinchal

**Fotógrafo:** Sr. Milton Suarez Habitante de la Comuna Sinchal

### 3.4. VIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La única vía de acceso a la comunidad es la terrestre, que en la actualidad se encuentra en estado regular (Cooperativa de transportes 2 de noviembre y otros).

Son pocas las viviendas que tiene teléfono convencional y sus habitantes en mayoría tienen celular.

Los diarios que circulan son: El Universo y Extra.

### 3.5. ASPECTO ECONOMICO, POLITICO, SOCIAL

La comunidad es un sector agrícola, pues cuenta con suelos fértiles aptos para la producción, ventas libres de productos y exportados a La libertad, Santa Elena, Guayaquil, otros lugares. Los diferentes tipos de artesanía

existentes son: modistería, sastrería carpintería, ebanistería, elaboración de artesanías en oro.

Sinchal está regida por la comuna Sinchal que es máxima organización fundado el 15 de Enero de 1938 con acuerdo ministerial No. 15, ratificada mediante acuerdos No. 126 y 224 de fechas 25 de Abril y 4 de Julio del 2001 respectivamente, cuyo objetivo es proteger las tierras comunales de los invasores y dar a cada comunero su lote de terreno para trabajar, los diferentes cabildos son elegido por los habitantes locales sometiendo a los art.11 y 12 de la ley de comunas, de esta manera el cabildo es el encargado de las diferentes organizaciones de la localidad.

Esta localidad esta sujeta por diferentes instituciones que apoyan para el progreso y desarrollo de los habitantes, entre ellos tenemos:

- ✓ CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL (C.D.I.) “PADRE MARIANO MERCHAN”
- ✓ CENTRO INTEGRAL DE DESARROLLO INFANTIL (C.I.D.I.) SINCHAL
- ✓ INSTITUTO NACIONAL DEL NIÑO Y LA FAMILIA INFFA, PROGRAMA “CRECIENDO CON NUESTROS HIJOS” CNH
- ✓ ESCUELA CESAREO CARRERA ANDRADE No. 9
- ✓ ESCUELA PARTICULAR SINCHAL
- ✓ ACADEMIA SEBASTIAN DE BENALCAZAR
- ✓ UNIDAD EDUCATIVA “DR. EUGENIO ESPEJO”

La mayoría de los habitantes están afiliados al Seguro Social Campesino (IESS), apoyo de Plan Internacional.

### **3.6. ASPECTOS ORGANIZATIVOS**

Podemos decir que la comuna Sinchal es organizada, existen instituciones que colaboran y apoyan para que de manera ordenada se desarrollen las actividades entre ellas tenemos:

**Junta administradora de Agua Potable**, fundado el 8 de Mayo de 1992, donde sus objetivos principales, es abastecer el liquido vital para el consumo diario y humano.

Cooperativa de transporte “2 de Noviembre”, obtiene el permiso de circulación en el año de 1989 el cual esta conformado por 19 cooperativas donde su visión es ayudar con las necesidades de trasportación a los habitantes de la comuna y comunidades aledañas.

**Asociación de joyeros autónomo “Arte y Oro”**, fundado el 10 de Agosto 1991, objetivo, fomentar la artesanía d la región, a tal punto de producir, hacer y dar a conocer su propia cultura para que los artesanos tengan mayor fuentes de trabajos, actividad que realizan es, elaboración de artesanías en concha de spondylus, nácar, tagua, cuerno de res, oro y plata cuyas joyas son adquiridas por visitantes locales e internacionales, entre los países tenemos: Estados Unidos, Alemania, España y otros, los diseños van de acuerdo a las culturas pre- hispánicos.

**Caja solidaria nuestra señora del Quinche**, fundado el 29 de Marzo del 2001, donde ofrece servicios a la mujer, el cual va en beneficio para los diferentes hogares el cual está inmerso a esta institución.

**CONFEMEC SINCHAL**, Confederación de Mujeres Ecuatorianas por el Cambio, surge para que la mujer sinchalense desempeñe un rol dentro de nuestra comunidad, promoviendo la equidad de género, fundado el 9 de Julio del 2006.

**Grupo de Jóvenes “Caminando con Cristo”** entre sus objetivos principales es colaborar con la comunidad, apoyar en la iglesia en sus necesidades (actividades), fundado el 5 de Enero del 2003.

**Grupo de Baile Folklórico: “RENACER”**, fundado el 31 de Mayo del 2000, objetivos apoyar a la comunidad en sus festividades a través de la participación artística (Baile Folklórico).

### 3.7. ASPECTO CULTURAL

#### COSTUMBRES Y TRADICIONES

La comuna Sinchal celebra fiestas religiosas y cívicas

#### Festividades Religiosas

Fiestas del patrono “San Pablo” el 29 de Junio

Fiestas de la “Virgen del Quinche” el 20 de Noviembre

Fiesta de “María Magdalena” e 20 de Enero



**Grafico: No. 9.** Iglesia Católica Nuestra Señora del Quinche, inaugurada en el año 2011

**Fotógrafo:** Sr. Milton Suarez Habitante de la Comuna Sinchal

#### Festividades Cívicas

1 de enero: Inicio de año

1 de Mayo: Día del Trabajador Ecuatoriano

9 de Octubre: Independencia de Guayaquil

10 de Agosto: Creación de los Símbolos de Sinchal (Bandera y Escudo)

Primer grito de Independencia.

26 de Septiembre: Juramento de Bandera.

2 de Noviembre: Día de los fieles difuntos.

3 de Noviembre: Independencia de Cuenca

25 de Diciembre: Navidad

31 de diciembre: Fin de año

#### OTRAS FESTIVIDADES IMPORTANTES

San Valentín

Día de la mujer

Día de las madres

Día del padre

Día del niño

Día del medio ambiente

### **3.8. TRADICIONES QUE SE CONSERVAN**

Es tradición en esta comunidad celebrar fiestas cívicas y religiosas.

En las fiestas cívicas es costumbre desfilan por las calles de la localidad en donde participan centros educativos y otras instituciones.

En las fiestas religiosas tenemos la que mas sobresale es del patrono SAN PABLO se realizan novenas y la imagen un día antes se traslada a la comunidad de Barcelona mediante procesión motorizada de la cooperativa 2 de noviembre, acompañada de la banda d músico y cantos religiosos, motivos importantes para los habitantes donde reactivan la fe y plegarias, asimismo los organizadores de las fiestas hacen la incineración de un castillo, la misma que trae mucha alegría a los presentes.

Otras de las costumbres es participar de la quema de los monigotes para fin de año, donde todos los habitantes salen a despedir el año y celebrar a través de una cena familiar el nuevo año.

En la localidad existen 2 clubes deportivos y estas son:

Club social Buenos Aires

Club Deportivo Sinchal.

### **3.9. F.O.D.A. DE LA COMUNIDAD**

#### **FORTALEZAS**

La comuna está compuesta por organizaciones:

Territorial - la comuna

Funcional – junta administradora de agua potable

Gremial- asociación de joyeros arte y oro

Sustantiva- grupos de jóvenes

- Sus habitantes son solidarios en su mayoría
- Existen centros educativos que forman al ciudadano para el mañana
- La organizaciones colaboran para el desarrollo de la población
- La producción de ciclo corto ( tomate, sandia, melón, papaya)
- Diversidad de especies vegetales
- Apoyo de la comuna, Plan Internacional y otros.
- Territorio propio
- Medios de transportes y de comunicación
- Se cuenta con seguro social campesino
- Existe unión entre sus habitantes
- Personas profesionales

## **OPORTUNIDADES**

- ONG( Plan Internacional) que coordina y realiza acciones para el desarrollo del pueblo
- Programa Gubernamental MIDUVI- GOBERNACION PROVINCIAL- MUNICIPIO DE SANTA ELENA, que colaboran con la comunidad
- Jóvenes lideres que luchan por el desarrollo de la comuna

## **DEBILIDADES**

- Poco desarrollo de instituciones que apoyan al niño, mujeres maltratadas y discapacitadas.
- Falta alcantarillado
- Letrina colapsadas y en mal estado
- Poca fuente de empleo
- Calles en mal estado
- Deficiente alumbrado publico
- Alcoholismo en las personas adultas y juventud

## **AMENAZAS**

- Enfermedades por la contaminación del medio ambiente.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Diagnóstico participativo, F.O.D.A. realizado con el cabildo de LA COMUNA 9SINCHAL, como aporte a esta investigación.

## **UNIDAD IV. COMO CONTRIBUYE LOS PERIODICOS COMUNITARIOS EN EL DESARROLLO LOCAL**

### **4.1. DESARROLLO LOCAL**

El desarrollo local es un proceso de cambio socio-económico, político y cultural de carácter sostenido o sustentable un proceso que además, se encuentra territorialmente localizado y cuya finalidad es el progreso de la religión local, de cada persona que pertenece a ella.

El cual abarca crecimiento económico, distribución de la riqueza, mejoramientos de la condiciones de vida, equidad de género y ciudadano del medio ambiente: a asimismo apropiación del espacio local y de sus posibilidades de desarrollo y las condiciones que faciliten y no coarten la participación social en distintos ámbitos de la vida, la democratización de las instancias de gobierno, el fortalecimiento del tejido social y de sus culturas que viven en ellas.

En general para que estas propuestas de desarrollo local puedan convertirse efectivamente en realidad es importante tener en cuenta las condiciones regionales y nacionales existentes.

### **4.2. COMPONENTES DEL DESARROLLO LOCAL**

Crecimiento económico.

Distribución justa de la riqueza.

Mejoramiento de las condiciones de vida.

Equidad de género y generacional.

Manejo y cuidado responsable del medio ambiente.

Apropiación del espacio local y sus potencialidades de desarrollo.

Participación ciudadana en los distintos ámbitos de la vida local.

Democratización de las instancias del gobierno.

Fortalecimiento del tejido social.

Desarrollo de las culturas que coexisten.<sup>2</sup>

### **4.3. IDENTIDAD LOCAL**

Debe hacer hincapié en “las formas en que se ido constituyendo la identidad local en un territorio determinado, a lo largo de un proceso histórico”. Interesa, sobre todo “los contenidos identitarios de la sociedad local”, especialmente aquellos rasgos o elementos”, que han tenido una influencia decisiva en los procesos de desarrollo. Se trata de partir del supuesto de que “el desarrollo es también un proceso cultural que debe tener en cuenta los mecanismos de socialización de los individuos y de los grupos”.<sup>3</sup>

### **4.4. DESARROLLO SOSTENIBLE**

El concepto de desarrollo sostenible surge a raíz del informe que elaborara la comisión mundial para el medio ambiente y el desarrollo de las naciones unidas en 1987, donde se manifestaron proponer estrategias medioambientales para conseguir un desarrollo sostenible. Asimismo se encarga por incorporar la capacidad de los ecosistemas como un elemento fundamental para fijar los limites del desarrollo sostenibles, esta además significa una transformación radical en la organización y relación entre los componentes, económicos, social, político, cultural y ambiental.

### **4.5. PERIODICO Y EL DESARROLLO**

Tomando de referencia del periódico venezolano señala que se ha destacado como la principal fuente divulgativa en todos sus géneros, cubriendo a cabalidad las necesidades del pueblo lector. Manifiesta que el medio impreso ha crecido en forma proporcional, debido al gran desarrollo presentado en las regiones, tal es el caso del Municipio Ezequiel Zamora, ubicado en el Estado Barinas, limítrofe con los Estados

---

<sup>2</sup> Curso de políticas públicas y desarrollo local con enfoque de género (modulo 2 genero y desarrollo” LOLA VAZQUEZ Y EDGAR TELLO”)

<sup>3</sup> Desarrollo Local Conceptos Y Desarrollos Básicos (CENTRO DE INVESTIGACIONES CIUDAD MARZO DE 2002.

Táchira, Mérida y Apure. Donde posee una población aproximada de Cincuenta Mil (50.000) habitantes distribuida en cuatro parroquias, con un gran potencial económico basado en una exitosa producción agropecuaria, comercial, turística y cultural. Esta región, está ubicada en un sitio estratégico, donde se genera gran variedad de noticias que no son reseñadas o difundidas por la falta de un medio impreso local.

De esta manera el periódico comunitario a implementarse en la comuna Sinchal, se perfila como instrumento técnico-cultural capaz de integrarse a otros canales o formas de comunicación primaria. En alguna medida, la influencia que desplegará, estará sujeta hacia nuevas formas de integración intercultural, ya que se podrán comunicar e informar de lo que pasa en distintos puntos geográficos, tanto a nivel local como regional, con un contenido variado y claro de la información, siempre respetando los gustos y opiniones del lector consagrado.

Igualmente, es importante resaltar el privilegio de la comunidad Sinchal pues con la ayuda de diferentes capacitaciones a través de la institución PLAN INTERNACIONAL-ECUADOR, un grupo seleccionado de niños y niñas y adolescente han recibido capacitación de **REDACCIÓN Y ESTILO PERIODÍSTICO** lo cual es de mucho interés por que ellos mismos participarán activamente como redactores y demás responsabilidades del medio. Fundamentando la imparcialidad y participación pública, ciudadana, estudiantil y por ende comunitaria, promoviendo y demostrando el desarrollo económico, social, educativo, ético, ideológico y tecnológico, mostrando y promoviendo la libertad de expresión en el socialismo del siglo XXI, característicos de este proceso de transformación y cambio.

El periódico comunitario, debe ser promovido como estrategia insustituible de la comunidad que concibe su trabajo como una acción liberadora, creadora y profundamente ligado a la actitud transformadora y promotora de todas las personas críticas y conscientes de los problemas de su

entorno. Para ello, debemos asumir el compromiso de presentar el periódico comunitario a modo de una actividad social comunitaria, y como el eje central y motor del proceso revolucionario.

Ofrecer nociones sobre la función de un periódico comunitario, sus procesos de organización y producción de contenidos, la conformación del equipo de trabajo y la distribución del periódico, son acciones tendientes a promover la organización y participación comunitaria activa. Así, consideramos que los periódicos comunitarios, representan una evidencia a través de la cual se informa de los acontecimientos más resaltantes que se desarrollan en la comunidad y sus adyacencias, es decir, es una especie de sociología de la realidad social.

Con relación a lo expuesto, del científico social Bernardo Klisberg manifiesta que la participación está dando resultados en todos los programas sociales que instrumentan los organismos institucionales; que la participación tiene ventajas cuando se la compara con otros métodos de acción social; que la participación es el núcleo central de la gerencia en este nuevo milenio.

Sin embargo, Klisberg advierte que la participación enfrenta fuertes resistencias e intereses; que se requieren políticas y estrategias orgánicas activas para hacer avanzar la participación y finalmente, que la participación está en la naturaleza misma del ser humano.

Es así, que se entiende por participación comunitaria, un tipo de acción personal y colectiva que agrupa a ciudadanos decididos a enfrentar una situación. El grupo estipula sus relaciones en función del problema, al cual busca solución mediante el periódico comunitario que permita desarrollo de mejoras o cambio de la situación. Una de las características de la participación comunitaria, es que busca mejorar el bienestar de los miembros de la comunidad en función de valores que le son propios, para que la mejora pueda ser sostenible en el tiempo.

## **4.6. PROCESOS COMUNITARIOS**

Un proceso comunitario es una intervención comunitaria que arranca de las necesidades, aspiraciones, problemas o temas de interés para la comunidad.

Su objetivo es mejorar las condiciones de vida de la población y que la comunidad sea protagonista de las cosas que le atañe.

Hablamos de procesos a medio y largo plazo, de tipo global y centrado en la comunidad concreta, entendida ésta como el conjunto formado por los siguientes elementos y sus interrelaciones: territorio, población, recursos y demandas.

### **COMUNIDAD Y ELEMENTOS QUE CARACTERIZAN LA ACCIÓN COMUNITARIA;**

La comunidad implica un cierto tipo de realidad social en la que están presentes algunos elementos definitorios. Con voluntad de síntesis, se pueden destacar los siguientes:

- Existencia de un colectivo humano al que se le reconoce capacidad de ser sujeto y protagonista de acciones y decisiones, con voluntad de incidir en el cambio y en la mejora de las condiciones de vida de las personas que forman parte de él.
- Existencia, entre las personas que integran el colectivo, de conciencia de pertenencia, es decir, de un cierto grado de integración subjetiva en una identidad comunitaria compartida.
- Existencia de mecanismos y procesos, más o menos formalizados, de interacción y apoyo social, es decir, de pautas de vinculación mutua y reciprocidad cotidiana.
- Existencia y arraigo a un territorio, a un cierto espacio compartido que emite a agentes, instrumentos y contenidos para la acción. Un

espacio físico, una geografía, que incorpora significados de pertenencia.

En resumen, la acción comunitaria adquiere sentido cuando se desarrolla a partir de un colectivo humano que comparte un espacio y una conciencia de pertenencia, que genera procesos de vinculación y apoyo mutuo, y que activa voluntades de protagonismo en la mejora de su propia realidad.

## **UNIDAD V. DISPOSICIONES LEGALES SOBRE MEDIOS COMUNITARIOS.**

### **5.1. NUEVA CONSTITUCION DE 2008**

#### **COMUNICACIÓN E INFORMACION**

##### **Art.16. TODAS LAS PERSONAS, FORMA INDIVIDUAL O COLECTIVA TIENEN DERECHO A:**

- 1.- Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
- 2.- El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
- 3.- La creación de los medios de comunicación social y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radios y televisión públicas, privadas y comunitarias y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
- 4.- El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva y sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con capacidad.
- 5.- Integrar los espacios de participación previstos en la constitución en el campo de la comunicación.

El anterior hace referencia a que toda persona tiene el derecho de expresarse libremente, utilizando para este fin, cualquier medio de comunicación y difusión, asumiendo a su vez la responsabilidad de lo expresado, siempre y cuando su contenido no sea discriminatorio.

## **Art.18 TODAS LA PERSONAS, EN FORMA INDIVIDUAL O COLECTIVA TIENE DERECHO A:**

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir, y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y proceso de interés general y con responsabilidad ulterior.

2. acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negara la información.

Este artículo refleja, que la comunicación es libre, así como expresa que toda persona tiene el derecho a la información y a la replica cuando se vean afectados por información agravante e inexacta. También hace mención al derecho de recibir información adecuada a su desarrollo integral de los niños, niñas y adolescentes.

## **5.2. LEY DE COMUNAS**

**Art. 1. ESTABLECIMIENTO Y NOMINACIÓN DE LAS COMUNAS** - todo centro poblado que no tenga la categoría de parroquias que existieron en la actualidad porque fuere conocido por el nombre de caserío, anejo, barrios, partido, comunidades, parcialidad, o cualquiera otra designación, llevara el nombre de comunas, mas de nombre propio con el que haya existido o con el que se fundarse.

Este Artículo nos permite conocer el derecho que tiene las comunas para ser nombradas como tal, motivo por el cual nos certifica desarrollar eficazmente el proyecto.

**Art.6. POSESIÓN DE BIENES COLECTIVOS** - Los habitantes de la comuna podrán poseer bienes colectivos, como tierras de labranzas y

pastoreo, industria, acequias, herramientas, semovientes, establecimientos, educacionales, etc.

Este artículo de ley de las comunas manifiesta que los habitantes comunales tendrán derecho a poseer sus bienes el cual es deber de la comuna legalizar si el caso amerite para hacer uso de ella.

**Art.7. USO Y GOCE DE BIENES COLECTIVOS-** Los bienes que poseen en común, serán patrimonio de todos sus habitantes, su uso y goce se adecuaran, en cada caso, a la mejor conveniencia de cada uno de ellos, mediante reglamentación que se dicte, libremente para su administración.

### **5.3. LEY ESPECIAL DE TELECOMUNICACIONES**

#### **Capítulo I**

##### **DISPOSICIONES FUNDAMENTALES**

**Art. 1. ÁMBITO DE LA LEY.** La presente Ley Especial de Telecomunicaciones tiene por objeto normar en el territorio nacional la instalación, operación, utilización y desarrollo de toda transmisión, emisión o recepción de signos, señales, imágenes, sonidos e información de cualquier naturaleza por hilo, radioelectricidad, medios ópticos u otros sistemas electromagnéticos.

Los términos técnicos de telecomunicaciones no definidos en la presente Ley, serán utilizados con los significados establecidos por la Unión Internacional de Telecomunicaciones.

**Art. 2. ESPECTRO RADIOELÉCTRICO.** El espectro radioeléctrico es un recurso natural de propiedad exclusiva del Estado y como tal constituye un bien de dominio público, inalienable e imprescriptible, cuya gestión, administración y control corresponde al Estado

## **5.4. LA LEY DE EJERCICIO PROFESIONAL DEL PERIODISTAS**

### **CAPITULO**

#### **EL PERIODISTA Y LA COMUNIDAD**

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

**Art. 2.** El periodista debe lealtad a las aspiraciones y a los valores fundamentales de su comunidad.

**Art. 3.** El periodista está obligado a promover el desarrollo integral del país, la educación, la ciencia, la cultura y a luchar por la liberación del hombre y los pueblos.

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

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

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

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

**Art. 14.** El periodista exigirá del Estado la plena vigencia de la libertad de expresión, el libre acceso a las fuentes de información y el derecho del pueblo a una información objetiva, veraz y oportuna.

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

## CAPITULO II.

### METODOLOGÍA.

#### 2.1. METODOS DE INVESTIGACIÓN A UTILIZAR

Este proyecto responde a dos tipos de métodos investigativos, tomado del libro “Como desarrollar una tesis”, del Msc. Wilson Gonzalo Paredes G., edición 2009.

- El primer método de investigación es de **campo**, pues se busca tomar contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto.
- El segundo método es el **documental bibliográfico**, porque vamos a conocer, comparar, ampliar profundizar y deducir diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores, basándome en libros o publicaciones. Es decir se necesita un Plan de observación, Entrevistas, mapas, registros, formas estadísticas, medición para lograr la factibilidad del periódico comunitario.

#### 2.2. Población y Muestra.

##### Población o Universo (N)

La implementación se efectuará en la comuna Sinchal de la Parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena, donde cuenta con un aproximado de 6200 habitantes, de acuerdo al último censo poblacional realizado el año 2009.

N= Población= Habitantes de la comuna Sinchal= 6200

E= Nivel de error= 5%= 0.05

### **Muestra (n)**

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

$$n = \frac{6\ 200}{(6\ 200 - 1)(0.05)^2 + 1}$$

$$n = 375,815$$

La muestra de La implementación se ejecutará a 376 personas de toda edad, en los diferentes Barrios de La comuna Sinchal.

### **2.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS:**

**Las técnicas** para poder desarrollar el trabajo, serán las encuestas, pues es un método real para dar a conocer las diversas opiniones que viertan los habitantes de la localidad, el cual consiste en realizar diversas preguntas acorde al tema previsto.

**La encuesta** es una indagación o averiguación en la que se emplean cuestionarios para conocer la opinión pública. En la investigación de campo, para la recopilación de información pueden utilizarse las entrevistas, los cuestionarios y el muestreo, entre otros.

**Los instrumentos** serán los cuestionarios, lo cual estará realizado de acuerdo al modelo **Likert**; los mismos que estos cuestionarios son fácilmente cuantificables y medibles, al momento de tabular las encuesta.

### **2.4. MODELO DE ENCUESTA (Ver anexo 1)**

### **2.5. Fases de la investigación**

- **Investigación documental:** Se refiere a la compilación de todo tipo de información necesaria para la investigación en libros o

publicaciones, para el estudio de implementación del Periódico Comunitario.

- **Recolección de datos:** Primero se clasifica y ordena todas las encuestas realizadas en la Comuna Sinchal para luego agilizar el trabajo de acuerdo a la tabulación.
- **Revisión de datos:** Primero se clasifica y ordena todas las encuestas realizadas, para posteriormente el estudio de factibilidad.
- **Elaboración de matrices** para ponderar los resultados en el programa de computación Microsoft Office Excel.
- **Tabulación:** En la Implementación se aplicara preguntas cerradas poliopcionales de selección múltiple para así tener más facilidad y agilizar en el trabajo al instante de tabular pregunta por pregunta.
- **Presentación gráfica:** Una vez tabulada las encuestas y revisadas de manera correcta se procederá a graficarlos para tener una mejor comprensión y entendimiento.
- **Diagnóstico.-** Una vez tabulado y graficado, se procederá al análisis situacional de acuerdo a las encuestas realizadas.
- **Propuesta:** Lo que tendríamos como resultado es la implementación de un periódico comunitario en la comuna Sinchal.

## CAPITULO III. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN. CONCLUSIONES

### ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

#### 3.1. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

De las preguntas aplicadas en las encuestas, para la obtención de datos precisos de la ejecución del periódico comunitario en la comuna Sinchal, reflejan los siguientes resultados:

MUJER	HOMBRE	TOTAL
212	164	376

Tabla No. 3 Elaborado por Liliana Borbor

Fuente: Datos proporcionados en la encuesta comuna Sinchal

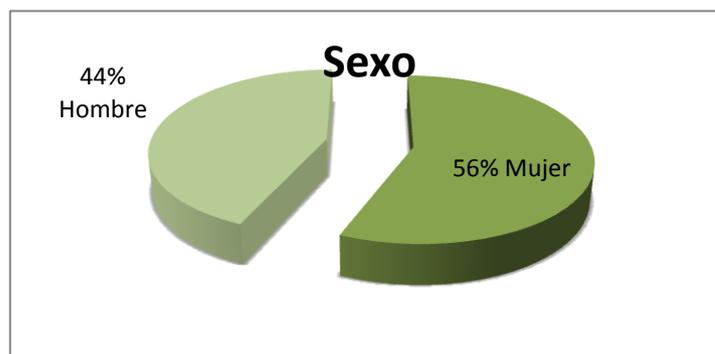


Gráfico No. 10

Elaborado por: Liliana Borbor

En esta interrogante podemos descifrar que en su mayoría fueron mujeres quienes participaron en la realización de las encuestas debido a que ellas mantienen disponibilidad de tiempo, es de esta manera que el 56% son de sexo femeninos mientras que el 44% son de sexo masculino mediante la muestra realizada.

Es importante especificar el rango de edad en los habitantes de la comuna Sinchal, por que podemos concretar diferentes ideas y satisfacciones en relación a temas a tratar en la ejecución del periódico, es así que se detalla de la siguiente manera:

15-25	26-35	36-45	46-55	56 +	TOTAL
122	107	59	44	44	376

Tabla No. 4 Elaborado por Liliana Borbor

Fuente: Datos proporcionados en la encuesta comuna Sinchal

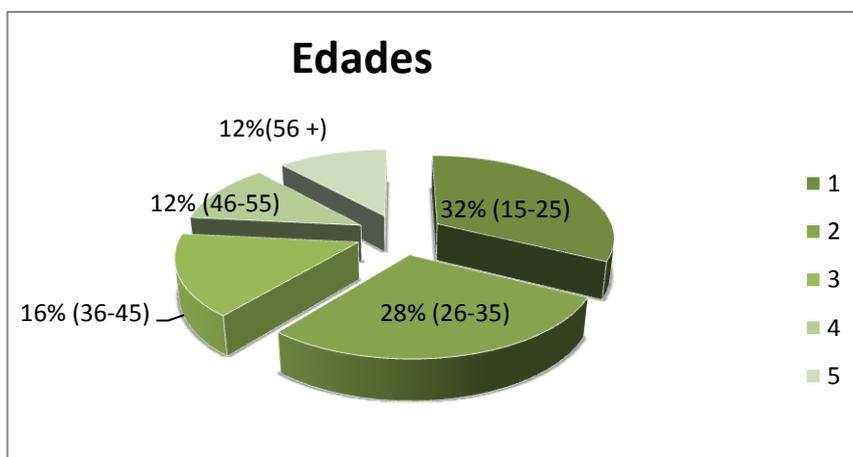


Gráfico No. 11

Elaborado por: Liliana Borbor

Se realizó las encuestas a personas a partir de la edad de 15 años y más, donde el 32% son de 15 a 25 años, el 28% es de 26 a 35, el 16% de 36 a 45, el 12% de 46 a 55 mientras que el 12% restante es de 56 años en adelante.

**¿CON QUE REGULARIDAD UTILIZA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA ESTAR INFORMADO, SEA ESTE RADIO, TV, O MEDIOS IMPRESOS?**

Muy frecuente (1)	Frecuente (2)	Ni frecuente ni poco frecuente (3)	Poco frecuente (4)	Muy poco frecuente (5)	Total
71(19%)	170(45%)	106(28%)	23(6%)	6(2%)	376

Tabla No. 5 Elaborado por Liliana Borbor

Fuente: Datos proporcionados en la encuesta comuna Sinchal

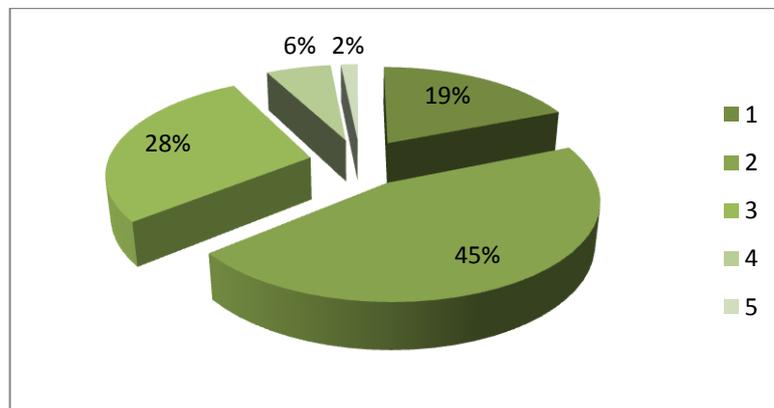


Grafico No. 12

Elaborado por: Liliana Borbor

De las 376 personas encuestadas en la comunidad de Sinchal, en secuencia a la interrogante planteada, menciona el 19% para estar informado, lo hacen muy frecuente a través de radio o televisión, pues es de mayor facilidad por que en su mayoría cuentan con estos artefactos, debido a que los medios impresos pocos son los que circulan en la localidad, a su vez 45% utiliza los medios de comunicación frecuente, destacamos también que un 28% se informan pocas veces pues por motivo de trabajo hacen que estén ausente de sus hogares, es decir se encuentran en los campos realizando sus actividades diarias, esto hace que no le permiten estar al tanto de las noticias o en ocasiones la señal televisiva es colapsada donde le permiten estar menos informados, el 6% y el 2% simplemente no lo hacen o no es de mayor interés

**¿CON QUE CONTINUIDAD LEE UD. LOS MEDIOS IMPRESOS?  
(PERIÓDICOS, REVISTAS)**

Muy frecuente (1)	Frecuente (2)	Ni frecuente ni poco frecuente (3)	Poco frecuente (4)	Muy poco frecuente (5)	Total
14(4%)	140(37%)	136(36%)	74(20%)	12(3%)	376

Tabla No. 6 Elaborado por Liliana Borbor

Fuente: Datos proporcionados en la encuesta comuna Sinchal

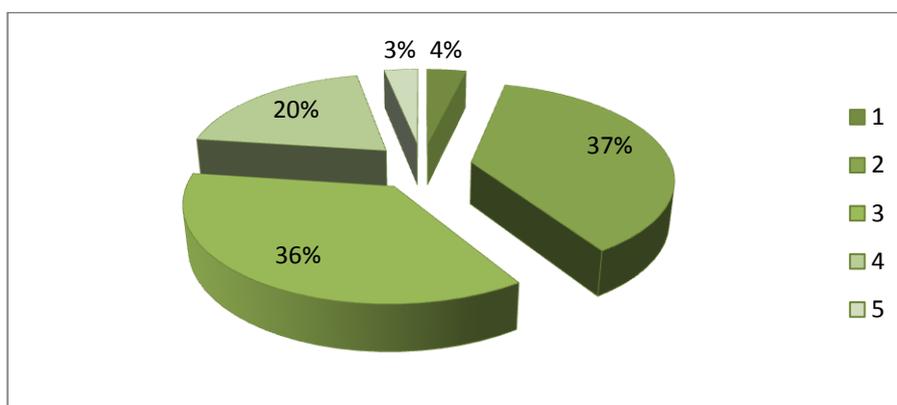


Grafico No. 13

Elaborado por: Liliana Borbor

En esta interrogante que se presento, los resultados apuntan que el 4% lo realizan muy frecuente, dependiendo de la oportunidad que tengan en adquirirlo, mientras que un 37% lo hace frecuente, al igual que el 36%, finalmente el 20% y el 3% leen muy pocas veces.

## ¿LEE UD. INFORMACIÓN POLÍTICA?

Muy frecuente (1)	Frecuente (2)	Ni frecuente ni poco frecuente (3)	Poco frecuente (4)	Muy poco frecuente (5)	Total
11(3%)	88(23%)	179(48%)	83(22%)	15(4%)	376

Tabla No. 7 Elaborado por Liliana Borbor

Fuente: Datos proporcionados en la encuesta comuna Sinchal

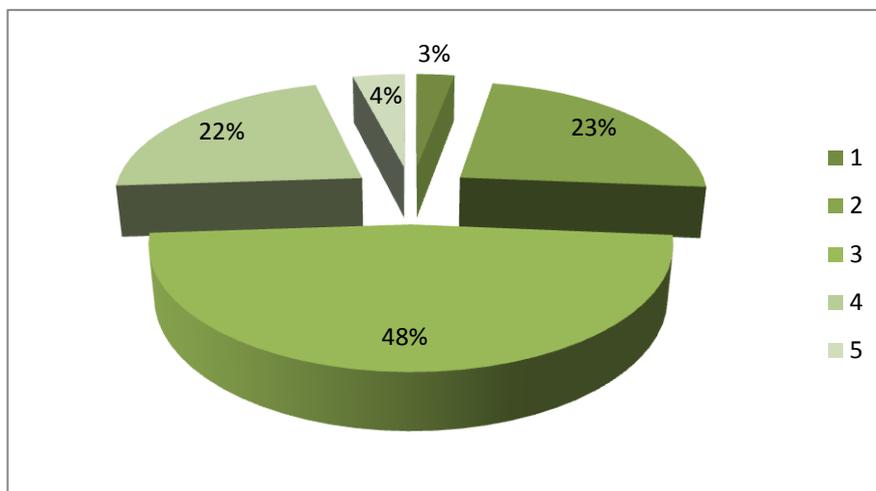


Gráfico No. 14

Elaborado por: Liliana Borbor

De esta pregunta, podemos constatar que el 48% de las personas es neutral es decir ni frecuente ni poco frecuente leen información política, el 23% de las personas lo realiza frecuente, mientras que el 22% y el 4% no le agrada la información política, sin embargo vale destacar que existe un 3% que lee muy frecuente esta información.

## ¿LEE UD. INFORMACIÓN ECONÓMICA?

Muy frecuente (1)	Frecuente (2)	Ni frecuente ni poco frecuente (3)	Poco frecuente (4)	Muy poco frecuente (5)	Total
15(4%)	94(25%)	168(45%)	74(20%)	25(6%)	376

Tabla No. 8 Elaborado por Liliana Borbor

Fuente: Datos proporcionados en la encuesta comuna Sinchal

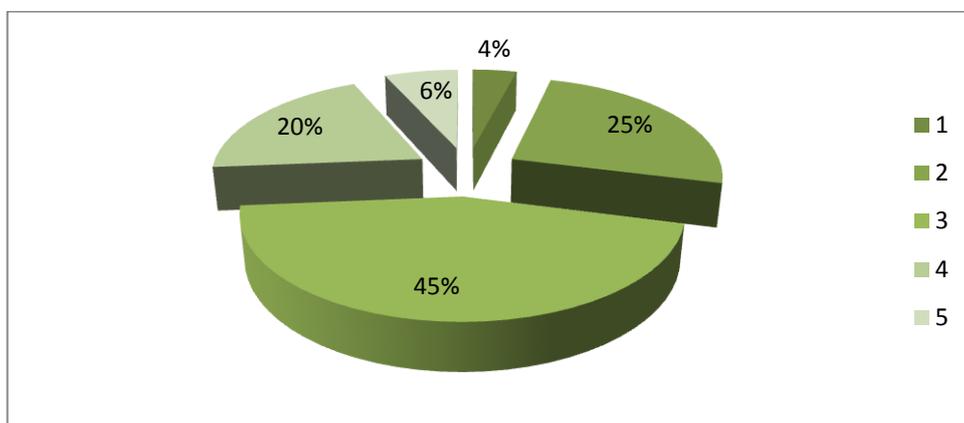


Gráfico No. 15

Elaborado por: Liliana Borbor

Definimos en esta pregunta y se determina que el 45% de la muestra total considera ni frecuente ni poco frecuente la importancia de la información económica, pues manifestaron que a ellos les interesa más, la noticia local que nacional en cuanto a economía se trate, a su vez detallamos que un 4% si lee esta información considerado de vital importancia para el desarrollo del Ecuador, el 25%, 20% y 6% consideran no tan importante esta información.

## ¿LEE UD. INFORMACIÓN CULTURAL?

Muy frecuente (1)	Frecuente (2)	Ni frecuente ni poco frecuente (3)	Poco frecuente (4)	Muy poco frecuente (5)	Total
14(4%)	107(28%)	148(39%)	74(20%)	33(9%)	376

Tabla No. 9 Elaborado por Liliana Borbor

Fuente: Datos proporcionados en la encuesta comuna Sinchal

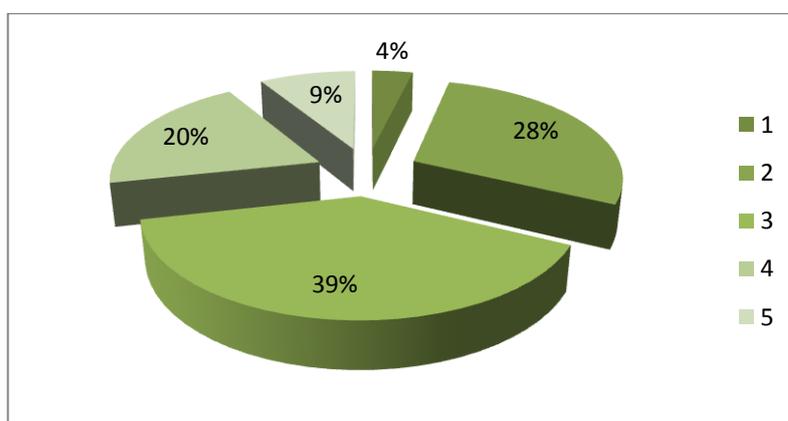


Gráfico No. 16

Elaborado por: Liliana Borbor

Podemos mencionar en esta pregunta que el 39% aciertan que es, ni frecuente ni poco frecuente, por tanto mencionaron que en su localidad y en la provincia, la cultura se esta olvidando, donde es importante que se inculque a las nuevas generaciones, aprender y sobre todo practicarla y que mejor seria leyendo de ella. El 4% de la personas consideran muy frecuente, mientras que el 28%, 20% y 9% leen muy poco.

## ¿LEE UD. INFORMACIÓN TURÍSTICA?

Muy frecuente (1)	Frecuente (2)	Ni frecuente ni poco frecuente (3)	Poco frecuente (4)	Muy poco frecuente (5)	Total
14(4%)	113(30%)	147(39%)	73(19%)	29(8%)	376

Tabla No. 10 Elaborado por Liliana Borbor

Fuente: Datos proporcionados en la encuesta comuna Sinchal

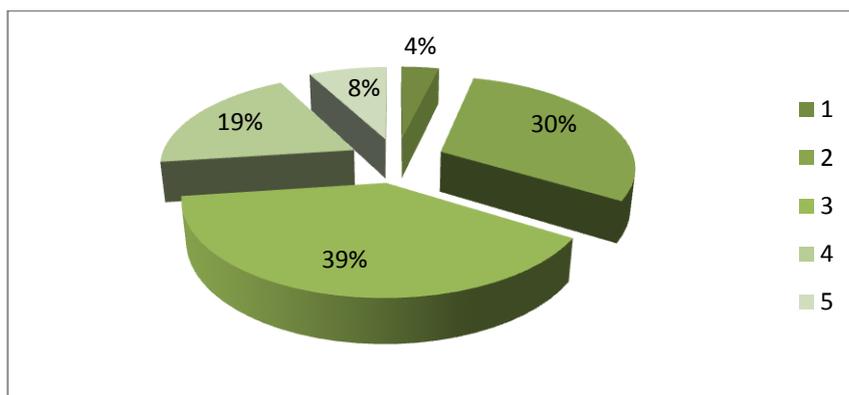


Gráfico No. 17

Elaborado por: Liliana Borbor

El resultado a esta interrogante, anuncia el 39% de la muestra total de manera neutral es decir ni frecuente ni poco frecuente, dependiendo de la oportunidad que mantengan en recibir o comprar un medio impreso que presente tal noticia, así mismo el 30% de modo frecuente, el 14% si lo hace en forma muy frecuente, mientras que el 19% y 8% lo hacen muy poco.

## ¿LEE UD. INFORMACIÓN DE CRÓNICA ROJA?

Muy frecuente (1)	Frecuente (2)	Ni frecuente ni poco frecuente (3)	Poco frecuente (4)	Muy poco frecuente (5)	Total
58(15%)	135(36%)	128(34%)	38(10%)	17(5%)	376

Tabla No. 11 Elaborado por Liliana Borbor

Fuente: Datos proporcionados en la encuesta comuna Sinchal

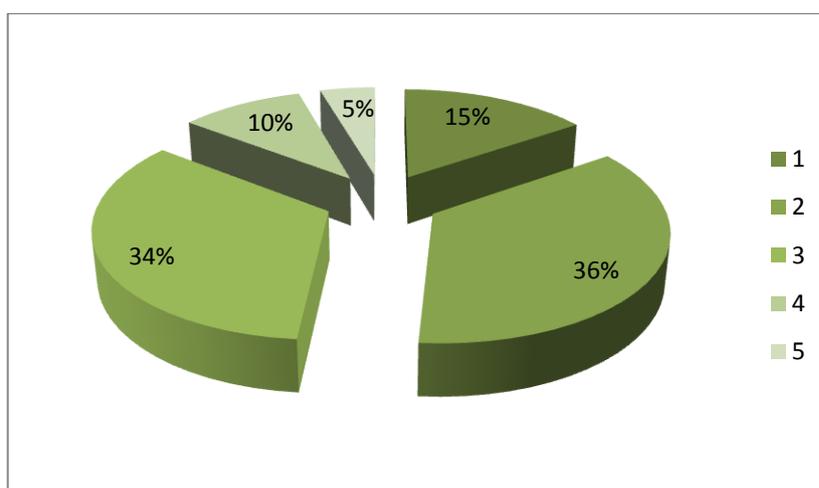


Gráfico No. 18

Elaborado por: Liliana Borbor

En manifiesto a la pregunta planteada, podemos observar que el 36% lo realiza frecuente es decir se mantiene al tanto de las noticias de crónica roja, en especial de lo que ocurre en la provincia de Santa Elena, de igual forma el 34% lee en manera frecuente ni poco frecuente, el 15% apunta que es muy frecuente, luego el 10% y 5% considera no tan importante.

## ¿LEE UD. ARTÍCULOS DE OPINIÓN?

Muy frecuente (1)	Frecuente (2)	Ni frecuente ni poco frecuente (3)	Poco frecuente (4)	Muy poco frecuente (5)	Total
20(5%)	77(20%)	179(48%)	64(17%)	36(10%)	376

Tabla No. 12 Elaborado por Liliana Borbor

Fuente: Datos proporcionados en la encuesta comuna Sinchal

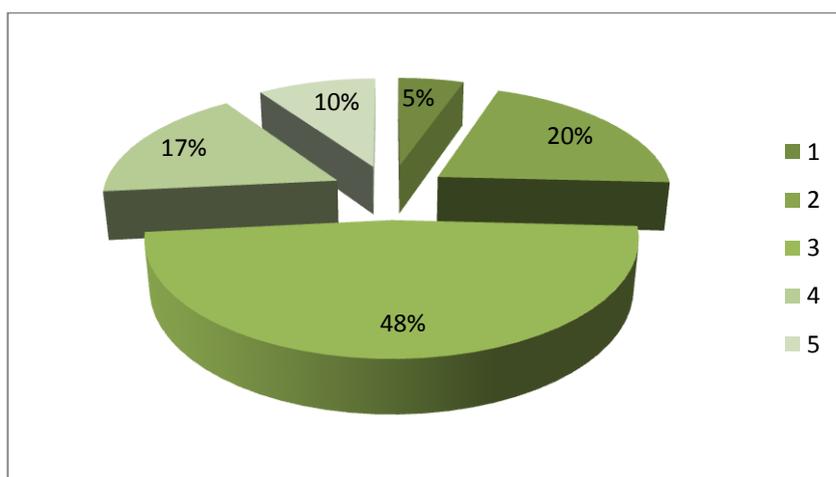


Gráfico No. 19

Elaborado por: Liliana Borbor

En esta pregunta el 48% de la muestra total menciona que en forma ni frecuente ni poco frecuente donde es importante destacar que todos tenemos derechos para expresar libremente nuestros comentarios con fundamentos, en relación a diferentes necesidades u manifestaciones que sostengan para ser escuchados, al igual forma un 20% y 5% mencionan que es de manera frecuente y muy frecuente, para tal efecto un 17% y 10% muestran que es muy poco frecuente leer artículos de opinión.

**DE CREARSE UN PERIÓDICO EN LA COMUNA SINCHAL ¿CUAL CONSIDERA UD. QUE DEBERÍA SER SU CIRCULACIÓN?**

Muy frecuente (1)	Frecuente (2)	Ni frecuente ni poco frecuente (3)	Poco frecuente (4)	Muy poco frecuente (5)	Total
102(27%)	188(50%)	81(22%)	5(1%)	0	376

Tabla No. 13 Elaborado por Liliana Borbor

Fuente: Datos proporcionados en la encuesta comuna Sinchal

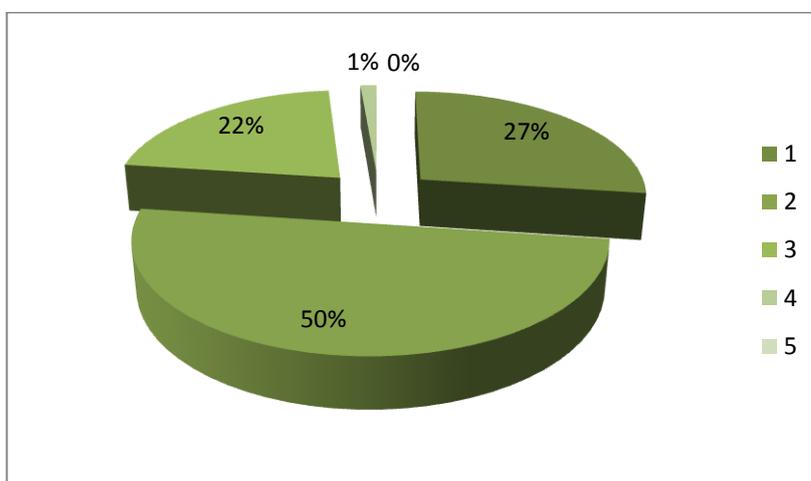


Grafico No. 20

Elaborado por: Liliana Borbor

En relación a la pregunta, el 50% indico que debe ser frecuente es decir de forma quincenal pues estarían mas informados dentro de lo que acontece en la comunidad y en la provincia, así mismo un 27% asimilan que debería ser semanal, esto ayudaría a que la información o noticia sea inmediata además, para que mantengan mayor aceptación en la circulación, el 22% y 5% acotan que debería ser mensual.

## ¿APOYARÍA UD. LA INICIATIVA DE CREAR Y MANTENER UN PERIÓDICO EN ESTA COMUNIDAD?

Muy frecuente (1)	Frecuente (2)	Ni frecuente ni poco frecuente (3)	Poco frecuente (4)	Muy poco frecuente (5)	Total
196(52%)	148(40%)	31(8%)	1	0	376

Tabla No. 14 Elaborado por Liliana Borbor

Fuente: Datos proporcionados en la encuesta comuna Sinchal

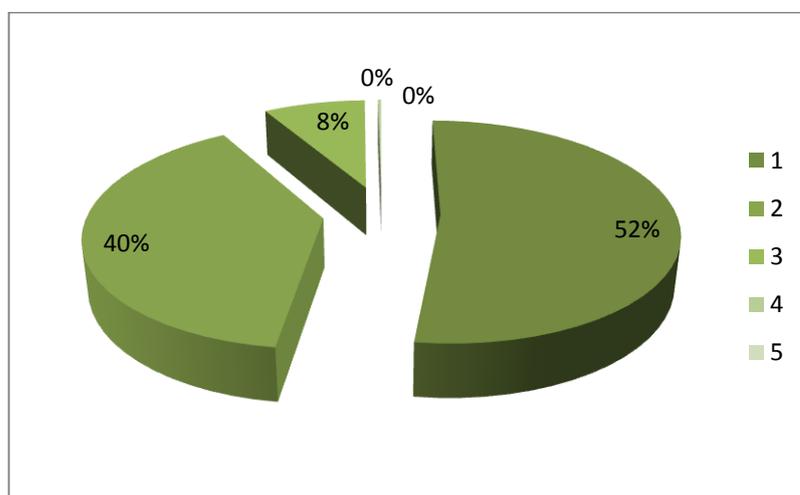


Gráfico No. 21

Elaborado por: Liliana Borbor

En la presente pregunta el 52% señala que estarían dispuestos a colaborar con el inicio del periódico pues esto conlleva al desarrollo de la comuna el cual va en beneficio para cada unos de los moradores en poder expresar diferentes necesidades que sostengan, el 40% de la muestra, difunde frecuente que a su vez también están en total acuerdo para ayudar, existe un 8% de la muestra que apoyarían en cuanto tengan oportunidad de hacerlo.

**¿UD. USARÍA UN PERIÓDICO LOCAL COMO HERRAMIENTA PARA EXPRESAR LAS NECESIDADES DE COMUNIDAD?**

Muy frecuente (1)	Frecuente (2)	Ni frecuente ni poco frecuente (3)	Poco frecuente (4)	Muy poco frecuente (5)	Total
227(61%)	132(35%)	16(4%)	1	0	376

Tabla No.15 Elaborado por Liliana Borbor

Fuente: Datos proporcionados en la encuesta comuna Sinchal

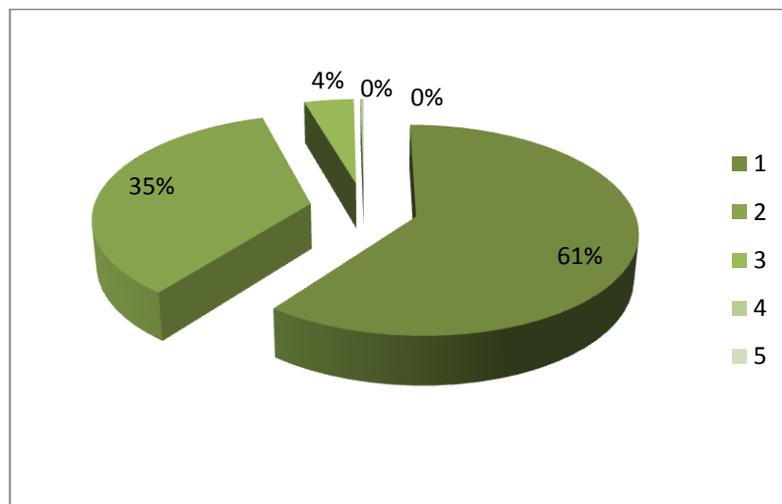


Grafico No. 22

Elaborado por: Liliana Borbor

La respuesta a esta interrogante el 61% respondieron muy frecuente, pues existe mucha debilidad en las diferentes necesidades que presenta la comunidad, además mencionan que si tienen la oportunidad de manifestar a través de un medio comunitario estarían contribuyendo al desarrollo, el 35% respondió frecuente, mientras que el 4% se mantiene en manera neutral.

**¿CONFIARÍA UD. EN LAS MANIFESTACIONES U OPINIONES QUE VIERTAN LOS HABITANTES A TRAVÉS DEL PERIÓDICO?**

Muy frecuente (1)	Frecuente (2)	Ni frecuente ni poco frecuente (3)	Poco frecuente (4)	Muy poco frecuente (5)	Total
246(65%)	117(31%)	13(4%)	0	0	376

Tabla No. 16 Elaborado por Liliana Borbor

Fuente: Datos proporcionados en la encuesta comuna Sinchal

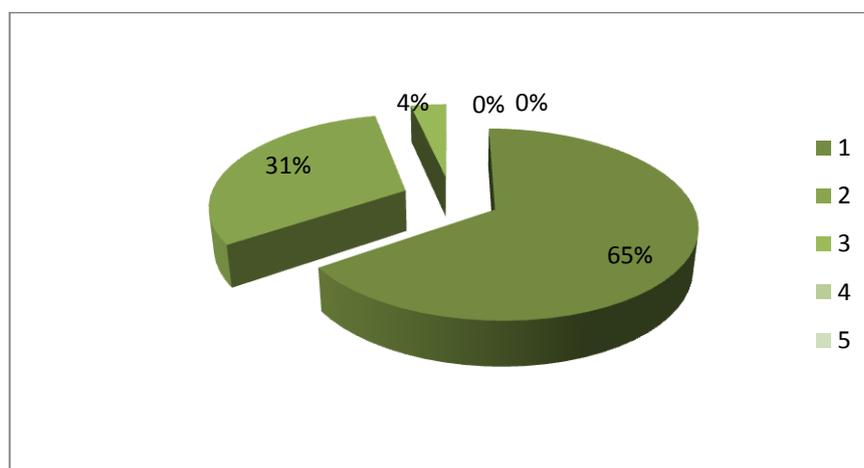


Grafico No. 23

Elaborado por: Liliana Borbor

Podemos mencionar en esta pregunta que el 65% indico muy frecuente, es decir, conociendo la realidad del medio y a las personas que habitan en la localidad, seria mas factible confiar en las diferentes expresiones que viertan para ser escuchados, de igual forma el 31% de las personas encuestadas mencionan frecuente, el cual también están inmerso dentro del parámetro de confiar en las diferentes opiniones, el 4% de ellos manifiestan que es ni frecuente ni poco frecuente.

**¿CONFIARÍA UD. QUE SEAN ESCUCHADOS SUS OPINIONES ANTES LAS AUTORIDADES GUBERNAMENTALES?**

Muy frecuente (1)	Frecuente (2)	Ni frecuente ni poco frecuente (3)	Poco frecuente (4)	Muy poco frecuente (5)	Total
273(73%)	86(23%)	17(4%)	0	0	376

Tabla No. 17 Elaborado por Liliana Borbor

Fuente: Datos proporcionados en la encuesta comuna Sinchal

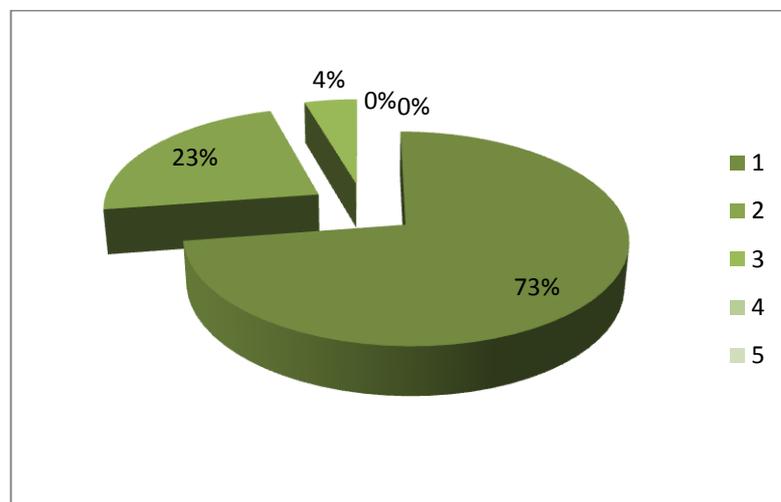


Grafico No. 24

Elaborado por: Liliana Borbor

Menciona a esta interrogante el 73% muy frecuente, que enfoca a tener oportunidad a ser nexos directos ante las autoridades pertinentes a través de periódico, el 23% de las 376 encuestas, registran frecuente mientras que un 4% se mantiene de manera imparcial.

**¿CONSIDERA QUE UN PERIÓDICO LOCAL CONTRIBUIRÁ AL DESARROLLO DE LA COMUNA SINCHAL?**

Muy frecuente (1)	Frecuente (2)	Ni frecuente ni poco frecuente (3)	Poco frecuente (4)	Muy poco frecuente (5)	Total
291(78%)	80(21%)	5(1%)	0	0	376

Tabla No. 18 Elaborado por Liliana Borbor

Fuente: Datos proporcionados en la encuesta comuna Sinchal

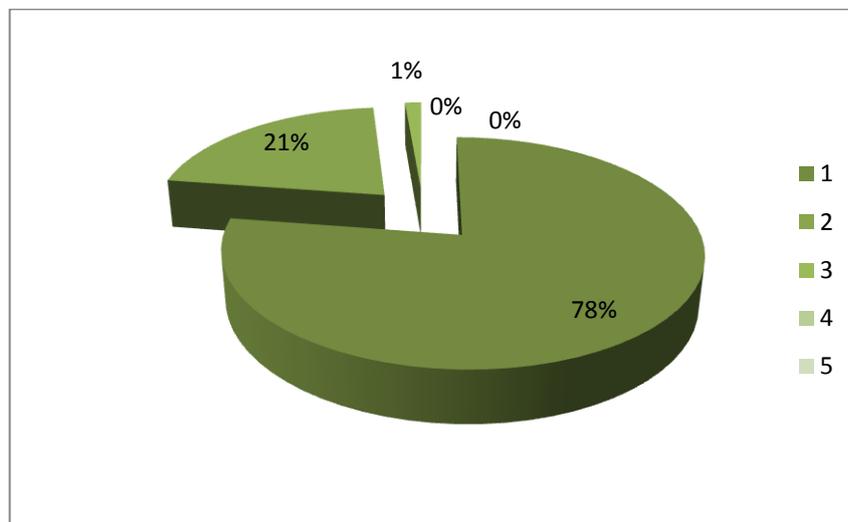


Grafico No. 25

Elaborado por: Liliana Borbor

En la pregunta planteada el 78% afirma muy frecuente, por tanto es el primer medio de comunicación que daría apertura a brindar información que contenga noticias de interés local, es de esta manera que es considerable ubicar a la comunidad que este al frente del desarrollo, el 21% sugiere frecuente, mientras que el 1% se mantiene equitativo.

**¿UD. COMPRARÍA UN PERIÓDICO DE CIRCULACIÓN LOCAL QUE CONTENGA NOTICIAS DE INTERÉS DE LA COMUNIDAD?**

Muy frecuente (1)	Frecuente (2)	Ni frecuente ni poco frecuente (3)	Poco frecuente (4)	Muy poco frecuente (5)	Total
309(82%)	63(17%)	3(1%)	1	0	376

Tabla No. 19 Elaborado por Liliana Borbor

Fuente: Datos proporcionados en la encuesta comuna Sinchal

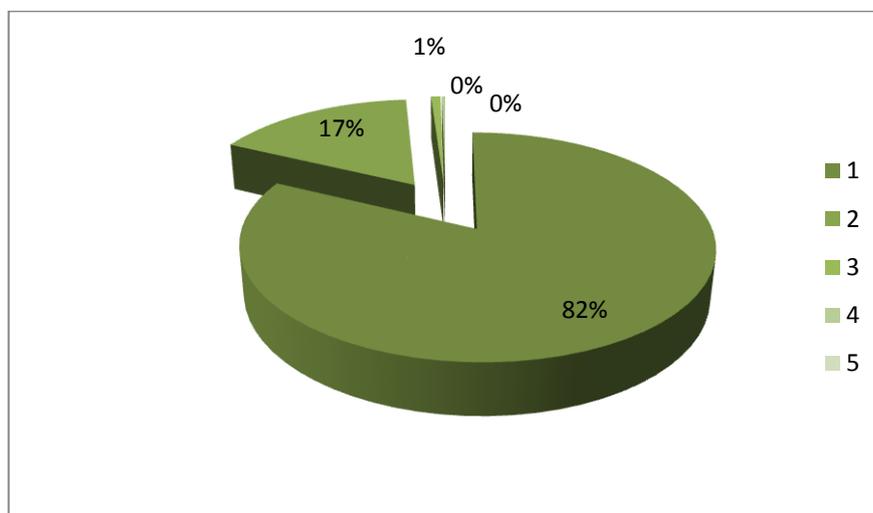


Grafico No. 26

Elaborado por: Liliana Borbor

Destacamos en esta pregunta que el 82% de la muestra menciona muy frecuente, señalamos que los habitantes les interesan estar informados, por lo tanto están dispuestos a compartir y a contribuir con la circulación del periódico local, de igual manera el 17% de las personas encuestadas, el 1% asimila en forma equitativa.

## ¿DONDE DESEA ADQUIRIR UN PERIÓDICO COMUNITARIO?

casa comunal (1)	Tiendas (2)	Canillitas (3)	Casa (4)	Otros (5)	total
70(19%)	180(48%)	107(28%)	19(5%)	0	376

Tabla No. 20 Elaborado por Liliana Borbor

Fuente: Datos proporcionados en la encuesta comuna Sinchal

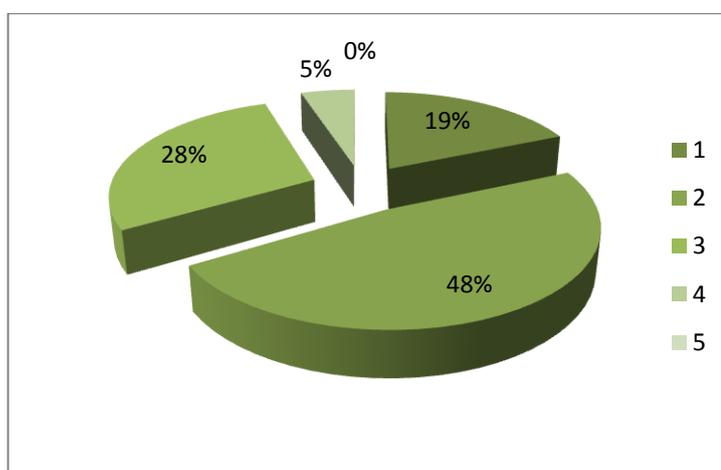


Gráfico No. 27

Elaborado por: Liliana Borbor

De las 376 personas encuestadas el 48% señala que sería factible conseguirles en las diferentes tiendas que existen en la localidad, por lo tanto es de mayor facilidad por que ellos a diario visitan estos lugares, aunque un 28% afirma que sería conveniente ser distribuidos por canillitas, posteriormente un 19% está de acuerdo que se mantenga en la casa comunal donde pueda adquirirse, hay otros en cambio como el 5% que prefieren adquirirlos en sus casas.

## ¿CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A INVERTIR POR ESTAR INFORMADO?

0,20 (1)	0,25 (2)	0,30 (3)	Otros (4)	Total
158(42%)	205(55%)	11(3%)	2(1%)	376

Tabla No. 21 Elaborado por Liliana Borbor

Fuente: Datos proporcionados en la encuesta comuna Sinchal

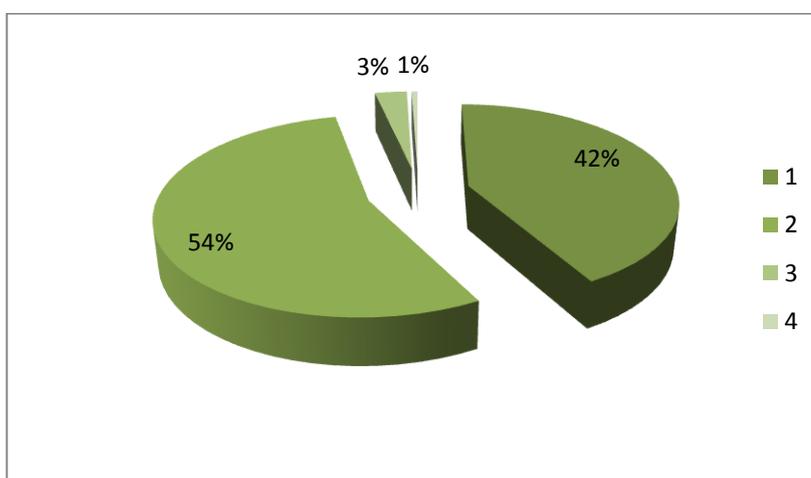


Grafico No. 28

Elaborado por: Liliana Borbor

En de mayor importancia mencionar de esta pregunta que el 54% considero que seria 25 centavos pues es un valor aceptable para recibir información de interés local, el 42% acierta que podría cancelar dependiendo del contenido y las paginas que sostenga el periódico por lo tanto mencionaron 20 centavos, mientras que el 11% prefieren cancelar 30 centavos.

## ¿LEE UD. INFORMACIÓN POLÍTICA?

### HOMBRES

Muy frecuente (1)	Frecuente (2)	Ni frecuente ni poco frecuente (3)	Poco frecuente (4)	Muy poco frecuente (5)	Total
4(2%)	29(18%)	83(50%)	42(26%)	6(4%)	376

Tabla No. 22 Elaborado por  
Liliana Borbor

Fuente: Datos proporcionados en  
la encuesta comuna Sinchal

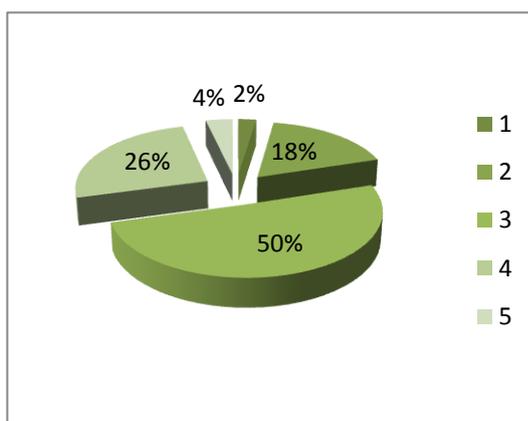


Gráfico No. 29 Elaborado por:  
Liliana Borbor

Para poder desarrollar con efectividad y lograr buena aceptación del periódico comunitario, se considera de gran importancia el análisis y el punto de vista que tiene los hombres y mujeres de acuerdo a los diferentes rangos de edades, para clasificar los temas a incluirme dentro del periódico, tal es así que de los 164 hombres encuestados responden que el 50% leen mas información política, mientras que la cifra representante de las mujeres (212) el 44% contesta que leen mas información económica.

## ¿LEE UD. INFORMACIÓN ECONÓMICA?

### MUJERES

Muy frecuente (1)	Frecuente (2)	Ni frecuente ni poco frecuente (3)	Poco frecuente (4)	Muy poco frecuente (5)	Total
9(4%)	60(28%)	93(44%)	40(19%)	10(5%)	376

Tabla No. 23 Elaborado por  
Liliana Borbor

Fuente: Datos proporcionados en  
la encuesta comuna Sinchal

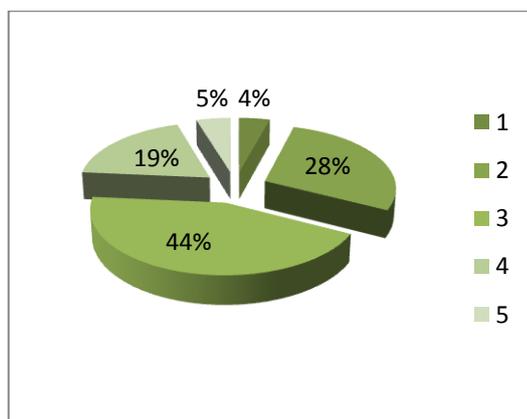


Gráfico No. 30 Elaborado por:  
Liliana Borbor

## ¿LEE UD. INFORMACIÓN DE CRÓNICA ROJA?

### HOMBRES

Muy frecuente (1)	Frecuente (2)	Ni frecuente ni poco frecuente (3)	Poco frecuente (4)	Muy poco frecuente (5)	Total
24(15%)	50(30%)	63(38%)	19(12%)	8(5%)	376

Tabla No. 24 Elaborado por  
Liliana Borbor

Fuente: Datos proporcionados en  
la encuesta comuna Sinchal

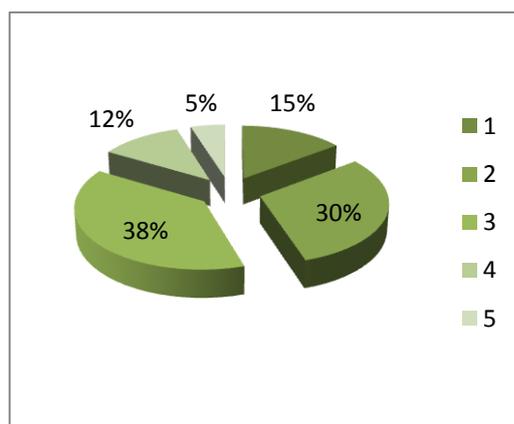


Gráfico No. 31 Elaborado por:  
Liliana Borbor

Podemos mencionar que ambos sexos también prefieren información de crónica roja en el caso de los hombres el 38% prefieren esta clase de noticias, al igual del 40% de las mujeres.

## ¿LEE UD. INFORMACIÓN DE CRÓNICA ROJA?

### MUJERES

Muy frecuente (1)	Frecuente (2)	Ni frecuente ni poco frecuente (3)	Poco frecuente (4)	Muy poco frecuente (5)	Total
34(16%)	85(40%)	65(31%)	19(9%)	9(4%)	376

Tabla No. 25 Elaborado por  
Liliana Borbor

Fuente: Datos proporcionados en  
la encuesta comuna Sinchal

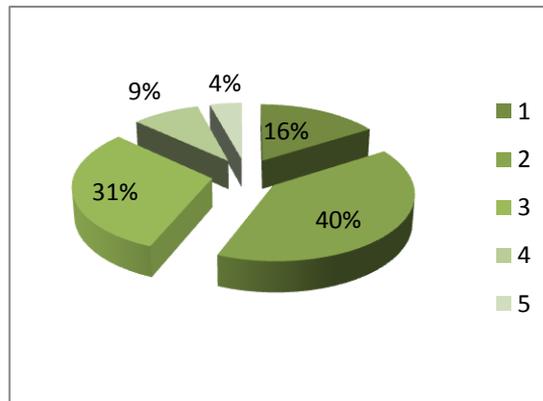


Gráfico No. 32 Elaborado por:  
Liliana Borbor

### 3.2. CONCLUSIONES

- Es importante y urgente que todos los grupos sociales, ciudadanos estén en conocimiento que ellos, poseen una herramienta de fácil acceso para manejarla como medio para perpetuar su historia cultural, defenderla de otras culturas, amarlas, resolver situaciones sociales, políticas, económicas, religiosas y hasta geográficas de su localidad. Por supuesto, con miras a impulsar el desarrollo de la comunidad.
- Es de vital importancia impulsar a los moradores de la localidad a que estén inmerso en las diferentes áreas de redacción que ellos conozcan.
- Estarán informados quincenalmente los habitantes.
- Los jóvenes cuentan con conocimiento de redacción y estilo periodístico, que servirá de apoyo para la ejecución del periódico.
- Los habitantes podrán manifestar diferentes dificultades que sostengan.
- Lograr que sean escuchadas sus opiniones para obtener el desarrollo de la localidad.
- De dará apertura a ser una comunidad con miras de desarrollo.
- Logramos que tenga mucho interés al obtener el periódico.
- Mejor facilidad en la distribución del periódico.
- Facilidad de dinero para comprar el periódico.

### **3.3. RECOMENDACIONES**

- Se recomienda que los habitantes de la localidad estén informado a través de un medio local, quincenalmente.
- Dentro del periódico se recomienda implementar noticias de ámbito político, cultural, turístico, crónica roja y artículos de opinión.
- De acuerdo a la circulación se recomienda, distribuirlo quincenalmente en la localidad.
- Dentro de la iniciativa de la creación del periódico comunitario se debe considerar a los habitantes de la comunidad.
- Dentro del periódico se recomienda tener un segmentó de opinión para que los habitantes puedan expresar sus necesidades que abordan.
- El periódico debe distribuido de forma gratuita ante las diferentes autoridades gubernamentales.
- El periódico será nexó directo para contribuir al desarrollo de la comunidad.
- Dentro del periódico se recomienda mantener mucha información local.
- Se recomienda distribuir el periódico en las diferentes tiendas existentes en la comunidad.
- Se recomienda vender el periódico a un valor de 25 ctvs.

## **CAPITULO IV LA PROPUESTA**

### **1. TÍTULO**

#### **PERIODICO COMUNITARIO EN LA COMUNA SINCHAL PARROQUIA MANGLARALTO DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA “IDENTIDAD”**

### **2. JUSTIFICACIÓN**

Las comunidades son el desarrollo de la provincia de Santa Elena y del Ecuador.

Según el estudio realizado en base a las encuestas, podemos notar que información que se generan a través de los diversos medios de comunicación en la provincia y en el Ecuador, debido a que los medios de comunicación impresos(locales) circulan pocos en esta localidad, esto hace que solo puedan informarse a través de medios televisivos y rádiales, aunque en ocasiones esto se ve colapsado por frecuencias que no llegan claras a la localidad y exista un desinterés por informarse, debido a esto mediante el análisis es necesario la implementación de un periódico comunitario que abarque noticias que sean de interés local, provincial para que de esta manera ellos puedan mantenerse informados, pues consideran de vital importancia porque a través de ella, podrán manifestar sus necesidades en entorno a la localidad que busca un desarrollo y porvenir mejor para cada unos de los habitantes, que en la actualidad esta conformada por 6.200 nativos.

En esta comunidad se cuenta con un grupo de jóvenes que están inmerso en el área de redacción y estilo periodístico, organizados por un programa de PLAN INTERNACIONAL quienes tienen el interés de impulsar a la iniciativa del progreso de esta región, por lo tanto podrán enriquecer su intelecto, abarcando temas políticos, económicos, social, turístico, cultural

que ayudara a la libertad real de expresión y opinión de los habitantes, tal es así que será gestora de cambio al contribuir con el desarrollo y el bienestar social.

### **3. DIAGNÓSTICO**

#### **F.O.D.A. DE LA COMUNIDAD**

##### **FORTALEZAS**

La comuna está compuesta por organizaciones:

Territorial - la comuna

Funcional – junta administradora de agua potable

Gremial- asociación de joyeros arte y oro

Sustantiva- grupos de jóvenes

- Sus habitantes son solidarios en su mayoría
- Existen centros educativos que forman al ciudadano para el mañana
- La organizaciones colaboran para el desarrollo de la población
- La producción de ciclo corto ( tomate, sandía, melón, papaya)
- Diversidad de especies vegetales
- Apoyo de la comuna, Plan Internacional y otros.
- Territorio propio
- Medios de transportes y de comunicación
- Se cuenta con seguro social campesino
- Existe unión entre sus habitantes
- Personas profesionales

##### **OPORTUNIDADES**

- ONG( Plan Internacional) que coordina y realiza acciones para el desarrollo del pueblo

- Programa Gubernamental MIDUVI- GOBERNACION PROVINCIAL- MUNICIPIO DE SANTA ELENA, que colaboran con la comunidad
- Jóvenes líderes que luchan por el desarrollo de la comuna

## **DEBILIDADES**

- Poco desarrollo de instituciones que apoyan al niño, mujeres maltratadas y discapacitadas.
- Falta alcantarillado
- Letrina colapsadas y en mal estado
- Poca fuente de empleo
- Calles en mal estado
- Deficiente alumbrado publico
- Alcoholismo en las personas adultas y juventud

## **AMENAZAS**

Enfermedades por la contaminación del medio ambiente.

Las enfermedades se producen por pésima condición higiénica y sanitaria.

Para el desarrollo del periódico se reconoce las fortalezas, o aspectos que podrán ser aprovechados por ser equivalentes con el objetivo del periódico y debilidades sobre los cuales se proponen transformaciones que permitan el progreso de las condiciones de vida de los habitantes.

## **4. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA PROPUESTA**

### **4.1. EL PERIODICO COMUNITARIO**

El periodismo comunitario consiste en darle un espacio a cualquier miembro de determinada comunidad que tenga algo que decir, rompiendo el esquema de los medios masivos creados por corporaciones que

controlan la información y valoran la rentabilidad por sobre todas las cosas.

A través de la implementación del periódico comunitario los habitantes de la comuna Sinchal de la parroquia Manglaralto; lograrán herramientas que les permitan ser controladores de las políticas, y les dé una visión particular de ciudadanos que exigen sus derechos de acuerdo a lo que establecen las leyes vigentes en el país, además de las diferentes actividades de promoción cultural, deportiva, ecológicas y de ambiente que permitan el crecimiento de la comunidad. Este medio impreso, pretender ser un medio alternativo y confiable donde los habitantes de la comunidad puedan aprender a ser ciudadanos activos de la sociedad.

Los periódicos comunitarios pueden ser periódicos de gran circulación dentro de una sociedad por los cuales la gente en ocasiones pagan. Acceder a ellos puede hacerse de la misma forma como se hace a los periódicos referidos en Medios de Impacto Nacional. Sin embargo, es probable que estos sean periódicos independientes patrocinados por publicidad local.

Este tipo de periódicos puede ser distribuido libremente en los hogares, al igual que pueden ser dejados en sitios públicos como bibliotecas y tiendas para que la gente los pueda recoger. En hogares es más confiable, debido a que es más fácil determinar la repartición geográfica de la información. En el segundo caso, debe hacerse una observación más profunda para determinar si el periódico ha alcanzado al público pretendido, en tiendas es de mayor facilidad por que proporciona al habitante adquirirlo de manera inmediata pues son lugares bastantes visitados diariamente por cada unos de los hogares.

Sin embargo debemos mencionar las diferentes características que se complementan en el periódico comunitario los cuales son:

- Participación ciudadana.

- Libertad real de expresión y opinión de los habitantes.
- Derecho a la información y comunicación.
- Pluralidad ideológica y de opinión.
- Información como bien público.
- Primacía de la función social, mediadora y formadora de los medios de comunicación.
- Construcción de la democracia participativa y de la democratización de la comunicación.
- Contribuir al desarrollo y al bienestar social.

Es importante tener en cuenta, que la Información debe ser de interés público, información y dialogo ciudadano, significación social del periodismo participativo, información y credibilidad, periodismo y cultura cívica deliberante, información y construcción de democracia.

## **4.2. ASPECTO SOCIOLOGICO DE LA COMUNIDAD**

Sinchal está regida por la comuna Sinchal que es máxima organización fundado el 15 de Enero de 1938 con acuerdo ministerial No. 15, ratificada mediante acuerdos No. 126 y 224 de fechas 25 de Abril y 4 de Julio del 2001 respectivamente, cuyo objetivo es proteger las tierras comunales de los invasores y dar a cada comunero su lote de terreno para trabajar, los diferentes cabildos son elegido por los habitantes locales sometiendo a los art.11 y 12 de la ley de comunas, de esta manera el cabildo es el encargado de las diferentes organizaciones de la localidad.

La comunidad esta sujeta por diferentes instituciones que apoyan para el progreso y desarrollo de los habitantes, entre ellos tenemos:

- ✓ CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL (C.D.I.) “PADRE MARIANO MERCHAN”
- ✓ CENTRO INTEGRAL DE DESARROLLO INFANTIL (C.I.D.I.) SINCHAL
- ✓ INSTITUTO NACIONAL DEL NIÑO Y LA FAMILIA INFFA, PROGRAMA “CRECIENDO CON NUESTROS HIJOS” CNH

- ✓ ESCUELA CESAREO CARRERA ANDRADE No. 9
- ✓ ESCUELA PARTICULAR SINCHAL
- ✓ ACADEMIA SEBASTIAN DE BENALCAZAR
- ✓ UNIDAD EDUCATIVA “DR. EUGENIO ESPEJO”

La mayoría de los habitantes están afiliados al Seguro Social Campesino (IESS), apoyo de Plan Internacional.

### **4.3. ASPECTO LEGAL DE LA COMUNA**

#### **Art. 1. ESTABLECIMIENTO Y NOMINACIÓN DE LAS COMUNAS**

Todo centro poblado que no tenga la categoría de parroquias que existieron en la actualidad porque fuere conocido por el nombre de caserío, anejo, barrios, partido, comunidades, parcialidad, o cualquiera otra designación, llevara el nombre de comunas, mas de nombre propio con el que haya existido o con el que se fundarse.

Este Artículo nos permite conocer el derecho que tiene las comunas para ser nombradas como tal, motivo por el cual nos certifica desarrollar eficazmente el proyecto

#### **Art.6. POSESIÓN DE BIENES COLECTIVOS**

Los habitantes de la comuna podrán poseer bienes colectivos, como tierras de labranzas y pastoreo, industria, acequias, herramientas, semovientes, establecimientos, educacionales, etc.

Este artículo de ley de las comunas manifiesta que los habitantes comunales tendrán derecho a poseer sus bienes el cual es deber de la comuna legalizar si el caso amerite para hacer uso de ella.

#### **Art.7. USO Y GOCE DE BIENES COLECTIVOS**

Los bienes que poseen en común, serán patrimonio de todos sus habitantes, su uso y goce se adecuaran, en cada caso, a la mejor conveniencia de cada uno de ellos, mediante reglamentación que se dicte, libremente para su administración.

## **5. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA**

### **5.1. OBJETIVO GENERAL**

Crear el periódico “IDENTIDAD” de la comunidad Sinchal, para fortalecer los procesos comunitarios y contribuir a la gestión de problemáticas de la localidad.

### **5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Establecer las características del periódico “IDENTIDAD” para descifrar su contenido a implementarse.
- Realizar un diagnostico participativo con la comunidad que permitan distinguir las problemáticas prioritarias para poder expresarlas.
- Generar espacios de opinión, con el propósito de que sus versiones sean escuchadas, antes las autoridades pertinentes.

## **6. FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA**

Debido a la ausencia de los periódicos comunitarios en la provincia de Santa Elena, específicamente en la comuna Sinchal, parroquia Manglaralto, es necesario su creación pues debemos considerar que de vital importancia porque será de mucha utilidad mantener informado a la comunidad y sobre todo dando apertura a que manifiesten diferente opiniones, las mismas que serán escuchadas de forma oportuna por los gobernantes, y de esta manera emprender un proceso de desarrollo en las comunidades.

## **6.1. ASPECTO LEGAL DEL PERIODICO COMUNICACIÓN E INFORMACION**

**Art.16. Todas las personas, forma individual o colectiva tienen derecho a:**

- 1.- Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
- 2.- El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
- 3.- La creación de los medios de comunicación social y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radios y televisión públicas, privadas y comunitarias y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
- 4.- El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva y sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con capacidad.
- 5.- Integrar los espacios de participación previstos en la constitución en el campo de la comunicación.

El anterior hace referencia a que toda persona tiene el derecho de expresarse libremente, utilizando para este fin, cualquier medio de comunicación y difusión, asumiendo a su vez la responsabilidad de lo expresado, siempre y cuando su contenido no sea discriminatorio.

## **6.2. LA LEY DE EJERCICIO PROFESIONAL DEL PERIODISTAS**

### **EL PERIODISTA Y LA COMUNIDAD**

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

**Art. 2.** El periodista debe lealtad a las aspiraciones y a los valores fundamentales de su comunidad.

### 6.3. TÉCNICA

Para poder ejecutar el periódico comunitario se requiere del material tecnológico lo cual es necesario contar con los siguientes:

1 computadoras con impresoras	\$ 700
2 Cámaras fotográficas	\$ 1.200
2 Pendrive	\$ 40
3 Grabadoras periodísticas	\$ 300
1 radio receptor	\$ 100
<b>Total de equipos</b>	<b>2.340</b>

Tabla No. 26

Elaborado: por Liliana Borbor

### 6.4. RECURSOS HUMANOS

Es importante destacar al apoyo de la institución PLAN INTERNACIONAL quien día a día colabora capacitando a niños y niñas y adolescentes en el área de comunicación (estilo y redacción periodística) en las diferentes comunidades, lo cual es de gran fortaleza para la ejecución del periódico, por que están dispuestos a colaborar en las diferentes redacciones de noticias que acontezcan en la localidad, así mismo se cuenta con el apoyo de las autoridades principales de la comuna y habitante en general, quienes con su dan soporte al desarrollo de la comunidad.

<b>Costo administrativo</b>	<b>Mensual</b>	<b>anual</b>
1 director de medio	\$ 350	\$ 4.200
2 reporteros comunitario	\$ 530	\$ 6.360
Materiales de oficina	\$ 60	\$ 720
<b>Total</b>	<b>\$940</b>	<b>\$11.280</b>

Tabla No. 27 Elaborado: por Liliana Borbor

<b>Costo operativo</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Impresión (1000 ejemplares c/15d)	\$ 300	\$ 3.600
Distribución (0.05)	\$ 100	\$1.200
<b>Total</b>	<b>\$400</b>	<b>\$4.800</b>

Tabla No. 28 Elaborado: por Liliana Borbor

<b>Presupuesto final egresos</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Equipos	.....	2.340
Costos administrativo	990	11.280
Costo operativo	400	4.800
<b>Total de egresos</b>		<b>18.420</b>

Tabla No. 29

Elaborado: por Liliana Borbor

#### FULL COLOR

<b>Precios de publicidad por Edición</b>	<b>Portada</b>	<b>Contra portada</b>	<b>PAGINA CENTRAL</b>
1 pág.		110	100
½ pág.		60	50
¼ pág.		30	25
1/8pág. horizontal	50	20	15
Columnas			25

Tabla No. 30

Elaborado por Liliana Borbor Bacilio

## PAGINAS BLANCO Y NEGRO

<b>Precios de publicidad por Edición</b>	<b>Paginas centrales</b>
1 Pág.	50
½ pág.	25
¼ pág.	15
1/8 pág. Horizontal	10
Columnas	15

Tabla No. 31

Elaborado por Liliana Borbor Bacilio

<b>Presupuesto final ingresos</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Ventas del periódico	500	6.000
Publicidad del periódico	590	7.080
Suplementos especiales tamaño b5 4 páginas (6 ediciones al año)		6.000
		19.080

Tabla No. 32

Elaborado: por Liliana Borbor

<b>Presupuesto final</b>	
Total de ingresos	19.080
Total de egresos	18.420
<b>Total</b>	<b>660</b>

Tabla No. 33 Elaborado: por Liliana Borbor

## 6.5. POLÍTICA

Es importante considerara que este proyecto es factible en la parte política porque el cabildo comunal apoya la EJECUCION DEL PROYECTO proporcionando su sede como centro de operativo del periódico.

## 7. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

### 7.1. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL PERIÓDICO

En necesario determinar las características del periódico por que facilita mejor entendimiento al lector en cuanto al tamaño visible de la impresión es así que detallamos de la siguiente manera:

- ❖ Tamaño del periódico: **PERSONALIZADO**

Medidas:

Alto; 27,94 cm

Ancho; 31,80 cm

- ❖ Márgenes: 1.57 cm
- ❖ Columnas: 5
- ❖ Interlineados: 0,4233 cm
- ❖ Página: 12
- Color: 4
- B/n: 8
- ❖ Tipo de letra: Arial
- ❖ Tamaño: 14

### 7.2. VALIDACION DE LA PROPUESTA

Como es de conocimiento existen instituciones que ayudan al desarrollo de las diferentes comunidades, por tal razón se cuenta con el apoyo de plan internacional a través de niños y niñas y adolescentes que están capacitados en el área de redacción y estilo periodístico que permite contar con las diferentes redacciones de las noticias, de igual manera se cuenta con el soporte del cabildo comunal quienes son porta voces de la

comunidad en general, habitantes de la comunidad que aportaran con las publicidades para dar a conocer sus locales comerciales, el Consejo Provincial de Santa Elena en coordinación con el departamento de relaciones publicas para poder socializar las diferentes estrategias publicitarias que estarán inmersas en el periódico para su diversa ejecución.

### **7.3. COMPONENTES DEL PERIODICO**

- ✓ **Capacitación:** Grupo jóvenes que servirán de apoyo para las redacciones de las noticias en la comunidad, cabildo comunal.
- ✓ **Información:** Hechos importantes que acontezcan en la comunidad para su difusión.
- ✓ **Distribución:** Tiendas y Comuna en la localidad que contribuirán para distribuir el periódico.

### **7.4. IMPACTO.**

6200 habitantes de la comuna Sinchal estarán informados quincenalmente DURANTE LA EJECUCION DEL PROYECTO.

Un centro comunal fortalecido en el proceso organizativo.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

- ♣ PAREDES, Wilson; Como desarrollar una tesis; Santa Elena-Ecuador, Editor S&S, 2009; 199 p.
- ♣ Asamblea Nacional Constituyente; Constitución Política del Ecuador, ECUADOR, 20 octubre de 2008.
- ♣ RAMOS, José Manuel; Sostenibilidad de los medios, México, año
- ♣ Centro de investigaciones "Ciudad"; Desarrollo local conceptos y definiciones básicas, Ecuador, marzo de 2002.
- ♣ VAZQUEZ, Iola – TELLO, Edgar; Curso de políticas públicas y desarrollo local con enfoque de género modulo 2 : género y desarrollo, Ecuador
- ♣ Municipio de Santa Elena, Cifras sobre la Parroquia Manglaralto, Ecuador, año 2001
- ♣ Comuna Sinchal, croquis de la comunidad, Ecuador, año 2000
- ♣ CHALEN, Ángela- YAGUAL, Jacqueline- ALEJANDRO, Delia: Diccionario de las comunas de la provincia de Santa Elena: Departamento de biblioteca del municipio de Santa Elena, Ecuador, Año 2006
- ♣ Municipio de Santa Elena, Departamento desarrollo comunitario, Documento de la parroquia Manglaralto, Ecuador, año 2009
- ♣ GRUNDMANN, Gesa – STAHL, Joachim; como sal para la sopa: conceptos métodos y técnicas para profesionalizar el trabajo en las organizaciones de desarrollo: Ediciones Abya- Yala , año 2002
- ♣ Ley de comunas
- ♣ MILAN, Estefanía, medios comunitarios y regulación, una perspectiva de comunicación para el desarrollo, Investigación y Desarrollo, Volumen 14, numero 2, año 2006.
- ♣ Ley de periodistas
- ♣ Ley de comunicación
- ♣ INEN, [www.inen.org.ec](http://www.inen.org.ec); Desarrollo de la provincia de santa Elena, Ecuador, año 2001

# ANEXOS

## ANEXO 1

Con el propósito de conocer la posibilidad de implementar un periódico comunitario en la comuna Sinchal estamos realizando la siguiente encuesta. Le pido me ayude con la respuesta del siguiente cuestionario.  Sexo: F ____ M ____ Edad: _____		MUY FRECUENTEMENTE	FRECUENTE	NI FRECUENTE NI POCO FRECUENTE	POCO FRECUENTE	MUY POCO FRECUENTE
1.	¿Con que regularidad utiliza Ud. Los medios de comunicación para estar informado, sea esta radio, televisión o medios impresos?					
2.	¿Con que continuidad lee Ud. medios impresos? (periódicos y revista)					
3.	¿Lee usted información política?					
4.	¿Lee Ud. información económica?					
5.	¿Lee Ud. información cultural?					
6.	¿Lee Ud. información turística?					
7.	¿Lee Ud. información de crónica roja?					
8.	¿Lee Ud. artículos de opinión?					
9.	De crearse un periódico en la Comunidad Sinchal ¿Cual considera Ud. que debería ser su circulación?					
10.	¿Apoyaría Ud. la iniciativa de crear y mantener un periódico en esta comunidad?					
11.	¿Usted usaría un periódico local como herramienta para expresar las necesidades de la comunidad?					
12.	¿Confiaría Ud. en las manifestaciones u opiniones que viertan los habitantes a través del periódico?					
13.	¿Considera Ud. Que sean escuchados sus opiniones ante las autoridades gubernamentales?					
14.	¿Considera que un periódico local contribuirá al desarrollo de la comuna Sinchal?					
15.	¿Usted compraría un periódico de circulación local que contenga noticias de interés de la comunidad?					

### 16. Donde desea adquirir un periódico comunitario

Casa comunal	<input type="checkbox"/>
Tiendas	<input type="checkbox"/>
Canillitas	<input type="checkbox"/>
Casa	<input type="checkbox"/>
Otros:	<input type="checkbox"/>

### 17. Cuanto estaría dispuesto a invertir por estar informado

\$ 0,20	<input type="checkbox"/>
\$ 0,25	<input type="checkbox"/>
\$ 0,30	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

LA COMUNIDAD SINCHAL CON UNO DE SUS BARRIOS EN MAL ESTADO

UNA ESTRATEGIA PARA DEMOSTRAR SUS NECESIDADES



ANEXO 2

DISPENSARIO MEDICO



ANEXO 3

UN CONVERSATORIO CON EL PRESIDENTE DE LAS COMUNA PARA  
PODER REALIZAR LAS ENCUESTAS



ANEXO 4