



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

Y DE LA COMUNICACIÓN

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

MENCIÓN: PERIODISMO

TÍTULO DEL PROYECTO

**DISEÑO Y EDICIÓN DE UN PERIÓDICO DE CIRCULACIÓN
SEMANAL, GRATUITA EN LAS LÍNEAS DE TRANSPORTE PÚBLICO
MILAGRO - GUAYAQUIL**

Autor:

Víctor Hugo Maridueña Guevara

Tutor:

Lic. Juan Justo Ochoa Calle

Milagro, Agosto del 2011

ECUADOR



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÈMICA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÒN Y DE LA COMUNICACIÒN

ACEPTACIÒN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por el Sr. Víctor Hugo Maridueña Guevara, para optar el título de Licenciado en Ciencias de la Educación y de la Comunicación y que acepto tutoriar al estudiante, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 26 días del mes de agosto del 2011

LCDO. JUAN OCHOA

DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÈMICA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÒN Y DE LA COMUNICACIÒN

DECLARACIÒN DE AUTORÌA DE LA INVESTIGACIÒN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias de la Educación y de la Comunicación de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 26 días del mes de agosto del 2011

VÌCTOR HUGO MARIDUEÑA GUEVARA



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÈMICA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÒN Y DE LA COMUNICACIÒN

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtenciòn del tìtulo de **LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÒN Y DE LA COMUNICACIÒN** otorga al presente proyecto de investigaciòn las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÌFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]

DIRECTOR DEL PROYECTO

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis hijos, frutos de mi amor, luz de mis días, sentido de mi vida...

A mis padres por su incondicional apoyo económico y moral para cada logro alcanzado en el transcurso de mi vida.

Víctor Hugo Maridueña

AGRADECIMIENTO

Expreso mi gratitud a mi padre **Dr. Víctor Hugo Maridueña Almeida** que fue la persona que me guió y asesoró para la consecución de este proyecto.

Al **Lcdo. Juan Ochoa** que fue el tutor y quien dirigió mi proyecto.

Víctor Hugo Maridueña

CESIÒN DE DERECHOS DE AUTOR

Doctor

RÒMULO MINCHALA MURILLO

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Sesión de Derechos del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue **DISEÑO Y EDICIÒN DE UN PERIÒDICO DE CIRCULACIÒN SEMANAL, GRATUITA EN LAS LÍNEAS DE TRANSPORTE PÚLICO MILAGRO – GUAYAQUIL** y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias de la Educación y de la Comunicación

Milagro, 26 de agosto del 2011

VÌCTOR HUGO MARIDUEÑA GUEVARA

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÒN

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Justificación	3
1.3 Objetivos	3

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 Marco teórico	5
2.2 Marco legal	16
2.3 Marco conceptual	17
2.4 Hipótesis y variables	20

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÒGICO

3.1 Tipo y diseño de la investigación	21
3.2 La población y la muestra	22
3.3 Los métodos y las técnicas	24
3.4 El tratamiento estadístico de la información	25

CAPÍTULO IV

4.1 ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	30
---	----

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 Tema	36
----------	----

CONCLUSIONES	45
--------------	----

RECOMENDACIONES	46
-----------------	----

BIBLIOGRAFÍA	47
--------------	----

ANEXOS	48
--------	----

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1	
Operacionalización de las variables	19
CUADRO 2	
Propuesta del procesamiento estadístico de la información	24
Cuadro 3	
Medios de comunicación más utilizados	28
Cuadro 4	
Importancia de la circulación de un periódico en un medio de transporte	29
Cuadro 5	
Tipo de información para nuevo semanario	30
Cuadro 6	
Periódico eleva nivel de cultura	31
Cuadro 7	
Periódico fomenta el hábito de la lectura	32
Cuadro 8	
Recursos humanos	39
Cuadro 9	
Recursos de infraestructura	40
Cuadro 10	
Recursos técnicos	40
Cuadro 11	
Recursos administrativos	40

Cuadro 12

Cronograma

41

INDICE DE FIGURAS

Figura 1

Ubicación

37

RESUMEN

Hasta la fecha no existe un órgano informativo que ilustre a los usuarios del transporte público intercantonal de Milagro a Guayaquil, de aquí surge la gran necesidad de crear un periódico semanal que mantenga informado al pasajero. El desarrollo que ha tomado en la actualidad la transportación intercantonal exige implementar un periódico que venga a complementar la información de rápido acceso al usuario, para mantener en permanente comunicación de todas las actividades de la transportación milagreña. A través de la implementación de un periódico gratuito de circulación semanal, que informe y fomente el hábito de la lectura en los usuarios de las líneas de servicio de las cooperativas de transporte público Milagro-Guayaquil. Para el cumplimiento de este propósito se utilizará una metodología de carácter inductivo deductivo, con la finalidad de obtener conclusiones del impacto que tendrá en la totalidad de los usuarios. Su aporte es indudable ya que permitirá lograr un mejor desarrollo organizacional, incentiva el hábito de la lectura, genera una nueva cultura informativa, así como también permite enriquecer los conocimientos como leyes, normas y disposiciones de tránsito, teniendo como directo beneficiario a la ciudadanía que utiliza diariamente este servicio. Esta gran necesidad informativa se la podrá resolver con la elaboración de este periódico de formato tabloide con ediciones de 8000 ejemplares semanales.

SUMMARY

To date there is no media outlet that illustrates the ridership intercantonal Milagro at Guayaquil, here comes the great need for a weekly newspaper to inform the passenger. The development has now taken intercantonal transportation required to implement a paper that will complement the information quickly accessible to the user, to keep in constant communication of all transportation activities milagreña. Through the implementation of a free weekly circulation newspaper, to inform and encourage the reading habit among users of the service lines of public transport unions Milagro-Guayaquil. To fulfill this purpose, we use a deductive methodology of inductive character, in order to draw conclusions that will impact all users. Their contribution is no doubt it will allow a better organizational development, encourages the habit of reading, generates a new information culture, as well as to enrich the knowledge and laws, rules and transit, with the direct beneficiary of citizenship daily use this service. This great need for information it can be resolved with the development of this tabloid newspaper with editions of 8000 copies a week

INTRODUCCIÓN

La ciudad de Milagro por su posición privilegiada que ocupa geográficamente, necesita vincularse con todos los cantones y parroquias que se encuentran en su área de influencia, especialmente con el cantón Guayaquil que siendo la segunda ciudad del Ecuador, la capital económica del país, primer puerto por donde ingresan y egresan todas las importaciones y exportaciones; es la metrópolis más inmediata con la cual se comunica y realiza todo tipo de interacciones, demanda de un medio de comunicación que la pone en contacto en 45 minutos, a través de los medios de transportación que son las cooperativas de transporte intercantonal, que se han convertido hasta el momento como al principal medio de transportación de toda la ciudadanía del cantón.

Pero a pesar de la importancia trascendental que tiene este medio de transportación, hasta la presente fecha no se cuenta con un medio de comunicación propio y exclusivo, que informe sobre los principales aspectos que debe conocer el pasajero que viaja diariamente a la ciudad de Guayaquil.

Esta necesidad ha sido el motivo que me ha impulsado a introducir un informativo que lo mantenga informado al pasajero que circula diariamente en esta ruta.

Siendo un medio de información que beneficia al pasajero, fue el motivo que escogí precisamente para denominar a este nuevo periódico como “EL PASAJERO”, el mismo que en su contenido encierra diferentes secciones que corresponden a información general, horarios de transportación de las tres cooperativas de transporte y que salen diariamente de la ciudad de Milagro a Guayaquil, leyes de tránsito y educación vial, normas de conservación del vehículo, entre otras.

Con el fin de ser posible la realización de esta aspiración que viene a llevar una necesidad cultural, periodística e informativa, me permito ejecutar el desarrollo de este proyecto con el fin de elevar el nivel cultural e informativo del pasajero, que requiere de todo este tipo de información.

Para lo cual ha sido necesario plasmar este proyecto en cinco capítulos que nos conducen a la implementación de este nuevo periódico de tipo tabloide que queda a consideración de la digna ciudadanía milagreña.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 PROBLEMATIZACIÓN

La ciudad de Milagro actualmente es un polo de desarrollo intermedio, circunstancia excepcional que le ha obligado soportar un permanente incremento en su densidad poblacional, que no le ha permitido vivir y sostenerse solamente de los recursos agrícolas, por ello ha tenido que dedicarse al comercio, es decir, a actividades de transformación e intercambio de materias o mercancías procedentes de lugares distintos sin sujeción a distancia.

Esto se traduce en contactos frecuentes y múltiples con gentes de muy diversa naturaleza y condición, con las cuales viene a establecer un sistema de relaciones constantes que las incorpora de hecho, al complejo cultural de esta ciudad, con las recíprocas influencias consiguientes que contribuyen al matiz cosmopolita que exhiben las populosas urbes como es el caso de Milagro, que ha cambiado la fisonomía de la población, convirtiéndose en una colectividad muy heterogénea y populosa.

Este hecho ha estimulado múltiples interacciones con todos los pueblos, parroquias y cantones de su área de influencia, que le ha obligado a establecer una sólida red de comunicación con toda el área sur occidental de nuestro país y a desarrollar un sistema vial de interrelación a través del transporte tanto intercantonal como interprovincial.

Las múltiples actividades que desarrolla el hombre de esta zona las establece a través de tres empresas que tienen un flujo sostenido de transporte de pasajeros de Milagro a la ciudad de Guayaquil, que se cumplen mediante horarios con una diferencia de salida de cinco minutos de entre un vehículo y otro a partir de las cuatro de la mañana hasta las once y media de la noche,

que determina un volumen aproximadamente de cinco mil personas diarias que se movilizan de Milagro al puerto principal.

A pesar de que se han modernizado las unidades de transporte y cada una de ellas cuentan con los medios modernos para brindar este servicio, hasta la fecha no existe un órgano informativo que ilustre a los usuarios de esta zona.

De aquí surge la gran necesidad de que se cree un periódico semanal que mantenga informado al pasajero.

El día de hoy vivimos en el siglo de la información y de la comunicación en la que el hombre tiene el derecho a ser beneficiario a un mejor servicio para lo cual necesita conocer horarios de salida, leyes de tránsito, normas de seguridad y demás beneficios que son causas que motivan la creación de un periódico que va a permitir que la ciudadanía se sienta preferentemente atendida.

Con la implementación de este periódico de circulación gratuita en el servicio que brindan los vehículos de las cooperativas de transporte público Milagro-Guayaquil, se logrará concienciar mejor al usuario que viaja diariamente.

En caso de no implementarse este periódico se privaría a la ciudadanía de un valioso medio de comunicación.

1.1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

- Campo de estudio: Cooperativas de Transporte Público Milagro - Guayaquil
- Área: Comunicación Social
- Aspecto: Informativo
- Zona: Urbana
- Ubicación: Milagro

1.1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo afecta al usuario la falta de un periódico que circule en las unidades de Transporte público Milagro – Guayaquil?

1.1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Por qué surge la necesidad de implementar este periódico?
- ¿Qué importancia tiene la creación de un periódico de circulación gratuita en las líneas de Transporte público Milagro - Guayaquil?
- ¿En qué forma este periódico satisface las necesidades de los usuarios?

- ¿Qué se pretende lograr con la información que se proporciona a los usuarios?
- ¿Qué beneficios obtendrían las cooperativas con la implementación de este periódico?
- ¿Cómo educaría a la ciudadanía este medio informativo?
- ¿En qué forma se realizaría la circulación de este periódico?
- ¿Cuál será el impacto que tendrá el contenido de este periódico?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

Implementar un periódico gratuito de circulación semanal, que informe y fomente el hábito de la lectura en los usuarios de las líneas de servicio de las cooperativas de transporte público Milagro - Guayaquil.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Contribuir con el desarrollo social, cultural y educativo de los usuarios de transporte público intercantonal.
- Crear un hábito de lectura diaria en los usuarios de los servicios de transporte público intercantonal.
- Dar a conocer información sobre temas diversos y de interés colectivo.
- Brindar mejor atención al usuario durante el viaje o traslado.
- Promover a Milagro y su entorno desde el punto de vista turístico.
- Dar a conocer a los socios y usuarios las actividades administrativas, económicas y sociales de la Cooperativa de transporte Expreso Milagro.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La realización de este proyecto reúne interés fundamental y se justifica toda vez que busca lograr un mejor desarrollo organizacional dentro de las Cooperativas de Transporte Intercantonal de pasajeros, que mantienen servicio permanente de Milagro con Guayaquil.

El transporte constituyendo uno de los principales recursos para la comunicación y desarrollo de los pueblos y sobre todo de vínculo con la ciudad de Guayaquil, mantiene un flujo de circulación de población flotante que se traslada diariamente al puerto principal para cumplir funciones y roles específicos dentro de actividades laborales o de relaciones comerciales, mercantiles, profesionales, industriales, de salud, así como personales y humanas que demandan de un mejor servicio no solo en la atención, a la comunidad, con la eficacia y seguridad en el servicio que debe ser acreedor la ciudadanía milagreña; sino que juega un papel muy importante la información periodística, que le permite tener una noción objetiva sobre muchos aspectos

relacionados con el desarrollo de las actividades del transporte de buses que cumplen este fin social.

La implementación de un informativo para ponerlo en manos de la ciudadanía es importante, porque se propone incentivar el hábito de la lectura en la comunidad milagreña, ya que por una diversidad de causas de diferente índole no acostumbran o muchas veces no está a su alcance leer todos los periódicos de circulación nacional.

La circulación de periódicos en los medios de transporte pretende generar una nueva cultura informativa en el pasajero, sobre los diferentes hechos, acontecimientos y sucesos de la vida institucional de las Cooperativas de Transporte público Milagro – Guayaquil.

Este nuevo órgano de comunicación aspira que los usuarios, que a la vez también son peatones, enriquezcan sus conocimientos sobre leyes, normas, reglas y disposiciones de tránsito le permitan un mejor cumplimiento, respeto y sujeción de ella.

La iniciativa de que se instituya este medio informativo dentro de las empresas de transporte, es crear en el ciudadano una conciencia social de conservación del vehículo y poder establecer una mejor relación humana en el servicio de las empresas, con sus conductores y el público.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

El transporte de la colectividad Milagreña a la ciudad de Guayaquil se remonta históricamente a un siglo atrás, mediante la red ferroviaria, Milagro-Durán a través de los trenes de la Empresa de Ferrocarriles del Estado hasta el año de 1960 en que aparece una cooperativa de autos que prestaba el servicio de taxis de Milagro-Durán; posteriormente en el año de 1962 aparece la Flota Intercantonal Milagro (FIM) y luego una serie de cooperativas de buses que hasta el día de hoy prestan sus servicios, habiéndose asociado y quedado solo tres que radican en el cantón Milagro y dos en tránsito por esta ciudad a Guayaquil.

Las empresas de Transporte que se han constituido legalmente, y prestan sus servicios intercantonalmente, cuentan con su propia reglamentación interna, teniendo como únicos medios de comunicación entre los socios o con el usuario, vitrinas de información o murales, así como también en esporádicas ocasiones con motivo de la festividad de Milagro en ciertos semanarios y revistas de esta ciudad, han hecho publicaciones sobre la transportación milagreña, sin que esto constituya un medio de comunicación permanente o estable en la cooperativa de transporte.

El desarrollo que ha tomado en la actualidad la transportación intercantonal de Milagro-Guayaquil exige implementar un periódico que venga a complementar la información de rápido acceso al usuario, para mantener permanente comunicado de todas las actividades de la transportación milagreña.

2.1.2. ANTECEDENTES REFERENCIALES

¿Qué es un periódico?

El concepto de prensa escrita se refiere a publicaciones impresas que se diferencian en función de su periodicidad.

Documento cronológico, con contenido impersonal de ocurrencias, transacciones o procedimientos en una organización o cuerpo colegiado.

Pieza gráfica que transmite un mensaje de manera ágil, está diseñado sobre una página por ambas caras y la conforman varios pliegues o cuerpos.

Un periódico es una publicación editada normalmente con una periodicidad diaria (en estos casos suele llamárselo diario) o semanal (en ocasiones llamado semanario), cuya principal función consiste en presentar noticias. El periódico además puede defender diferentes posturas públicas, proporcionar información y consejos a sus lectores y a veces incluye tiras cómicas, chistes y artículos literarios. En casi todos los casos y en diferente medida, sus ingresos económicos se basan en la inserción de publicidad.

Se edita, distribuye y vende cada día en los kioscos y en los lugares acreditados para ello, y 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, en el caso de la información: editorial, artículos de fondo, cartas al director, columnas, críticas (taurina, cinematográfica, televisiva, deportiva, teatral, musical), crónicas, humor gráfico, etc. Por ejemplo, periódicos como The New York Times.

Algunos periódicos han adquirido fama por su aceptación de alguna sección en particular, ya sea que la sección es destacada a comparación de otros periódicos, o ésta tenga algo peculiar distintivo; 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 completo. Otro ejemplo es el de una página en especial, dígase "la tres", porque suele tener fotografías interesantes al lector.

Un periódico, aunque imparcial, puede tener una edición con tendencia hacia cierta ideología, o una tendencia a apoyar particulares causas, pero también puede estar más enfocado a las finanzas, por ejemplo.

El periódico ha sido crucial en difundir el crecimiento de la conciencia social y laboral, y ha sido un instrumento que ha podido fungir como "abogado de los pobres" o de algunas causas oprimidas.

La tinta empleada en la impresión de periódicos ha variado durante los años; desde la clásica pintura negra y manchante, a una tinta morada, en algunos casos, o incluso de color café, aunque el desarrollo más reciente de la tinta se ha enfocado a que no manche y que sea biodegradable.

Se piensa que el periódico impreso pueda ser sustituido por el periódico a través de la computadora, con la edición en formatos electrónicos.

Periódico:

Publicación de aparición regular (diaria, semanal, quincenal, etc.), cuya base es la difusión de información; se llama así especialmente a la prensa diaria, que distribuye y estructura su contenido en distintas secciones.

Todo periódico está dividido en secciones, que responden generalmente a dos criterios distintos:

Secciones de alcance: Opinión, Internacional, Nacional, Regional, e incluso Local. Determinan la relevancia o alcance que tiene una noticia.

Secciones especializadas: Sociedad, Cultura, Economía, Deportes, etc. Determinan el carácter o interpretación de la noticia.

Esta división de la realidad no es natural a los hechos, sino que depende del criterio subjetivo de cada periódico.

En teoría la división según estas secciones se realiza para ordenar la información y facilitar su comprensión.

Pero, más allá del propósito de organizar la información, la adjudicación de un hecho a una u otra sección suele tener importantes efectos sobre la relevancia y difusión que alcance la noticia, y sobre la interpretación que se le dé.

Entorno / marco en el que se inserta la noticia.

El marco en que se inserta la noticia, es decir, las otras noticias, con sus titulares y fotos, que la rodean, puede influir de forma importante en su interpretación. La mayor parte de las veces el marco de una noticia es bastante casual, o responde a la lógica de las secciones temáticas, el espacio disponible, etc. Pero más a menudo de lo que se pudiera pensar, se «diseñan» las páginas (selección y colocación estratégica de noticias, fotos, redacción de titulares, etc.) para que el entorno también influya sobre una noticia, reforzando así el «mensaje» negativo o positivo de la misma, desmintiéndola, encubriéndola o, por el contrario, resaltándola. El «diseño» de la página, en su conjunto, puede convertirse en un mecanismo muy sutil de interpretación de la realidad, promoviendo la asociación más o menos inconsciente de ideas y de noticias que formalmente son independientes y que no son relacionadas explícitamente.

Localización y extensión de la noticia

El lugar y el espacio que ocupa una noticia influye de manera fundamental en su percepción por parte del/a lector/a, relativiza su importancia y favorece el que una determinada información pueda pasar más o menos desapercibida en función de los intereses del periódico. Bajo la apariencia de estar informando de manera detallada sobre gran cantidad de hechos de actualidad, los medios establecen en realidad una jerarquización interesada de los mismos, según su localización y extensión, que privilegia pues ciertas noticias y margina y casi oculta otras. Se puede considerar varias formas de destacar/ marginar una noticia dependiendo del lugar y el espacio que ocupe:

Según las páginas donde aparezca

Las noticias en la portada y en las primeras páginas son las que primero se leen puesto que destacan entre las demás como las más importantes. Influyen pues sobre el/a lector/a al darle ya seleccionados unos centros de interés sobre otros. Igualmente se puede hacer destacar más una noticia si se presenta en una página impar ya que se fija mejor la atención sobre ella (queda más «a la vista»). De hecho, insertar un anuncio en página impar siempre es más caro que en página par, porque resulta más visible.

Según su ubicación en la página

Al situarse, por ejemplo, en las esquinas superiores, sobre todo en la derecha, una noticia salta más a la vista que en otros lugares. La composición final de la página puede pues servir para marginar ciertas noticias y destacar otras.

Según su extensión

La amplitud de una noticia, es decir: el número de páginas que un periódico le dedica y el de días que lo mantiene «de actualidad» son un buen baremo del interés que el periódico quiere dar (y que las lectoras/es demos) a un determinado tema.

Según la sección en la que aparezca

¿Qué es un tabloide?

Tabloide es un tipo de periódico con un formato 431.7mm por 279.4mm. Periódico de pequeño formato con fotograbados. Tabla gruesa.

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.

Se utiliza el mismo término tabloide para referirse también a una publicación sensacionalista o considerada poco seria. Esto se debe a que los primeros periódicos sensacionalistas aparecieron precisamente con ese formato. Con el paso del tiempo los tabloides de tipo sensacionalista empezaron también a utilizar otros tipos de formato.

Aunque diversos tabloides se definen a sí mismos como publicaciones serias, no existe un concepto formal para definir la seriedad de una publicación. Sin embargo, existen algunas características que los tabloides sensacionalistas tienen en común.

EL CONCEPTO DE LEER

La comprensión lectora goza actualmente del estatus de destreza que debe ser entrenada como tal y no solo ser usada como pretexto para introducir un tema, o trabajar un aspecto funcional, gramatical o pragmático de la lengua.

A nuestras y nuestros alumnos les aconsejamos que lean fuera del aula; para ello disponen principalmente de lecturas graduadas, revistas, periódicos y literatura.

Pero, ¿qué significa leer?

De manera sencilla “leer es comprender un texto”. La complejidad se hace patente al intentar explicitar lo que se entiende por “comprender”; “comprender es entender algo en su totalidad no a medias ni con ambigüedades o vacíos”.

La lectura es una actividad personalizada y un proceso activo en la que intervienen el/la lector/a y el texto alimentándose el uno al otro. La relación que se establece entre ambos es clave, porque la efectividad de la lectura depende de esta relación. De manera muy general, se puede decir que el texto presenta informaciones que el lector descodificará, comparará con su conocimiento previo del tema y a las que añadirá la información remática.

La comprensión del texto puede fallar en alguno de estos estadios, por ejemplo, si el texto es demasiado específico en una materia que el lector no domina, tendrá problemas para comprenderlo porque no posee esquemas en los que engarzar la nueva información.

La idea de que la comprensión lectora se basa en activar informaciones de cualquier campo ya adquiridas con lo que leemos, o dicho de otra manera, interaccionar entre lo que ya sabemos y lo nuevo que nos dice el texto, se consolida como fundamental para definir la lectura. En otros términos, se está defendiendo la importancia de la deducción en el proceso lector.

Muchas veces no puede hablarse de una comprensión total o falta total de

comprensión. La mayoría de las veces es una comprensión parcial, determinada por las limitaciones del lector/a o por los mismos objetivos y expectativas que éste/a se haya propuesto.

Dependiendo del objetivo de nuestra lectura, necesitaremos entender el texto en mayor o menor profundidad. Por eso existe una clasificación de tipos y modelos de lectura que pasamos a mostrar brevemente.

TIPOS Y MODELOS DE LECTURA

En los tipos de lectura se distingue tradicionalmente el “skimming”, llamado en castellano “lectura global” y el “scanning”, lectura selectiva. En la lectura global echamos un vistazo a la página, al formato, al diseño gráfico, a los caracteres importantes y así nos hacemos una idea de lo que trata el texto.

En la lectura selectiva, nuestros ojos funcionan como un escáner que busca informaciones concretas.

Un tercer tipo de lectura es la “detallada”, en la que todo el texto es importante. Solemos leer así, por ejemplo, instrucciones.

Finalmente, la lectura “analítica” es la que realizamos cuando, valga la redundancia, queremos analizar, examinar el texto, quizás para estudiarlo.

Así, la o el lector que se ha acercado a este artículo con la intención de ver si puede ser de su interés, le habrá echado un vistazo por encima, habrá leído los subtítulos, la lectura de los párrafos habrá sido en diagonal, por lo cual podemos afirmar que habrá efectuado una lectura global.

Por otra parte, el lector que ha buscado una información concreta, por ejemplo, la definición de los tipos de lectura, habrá buscado esta información, seguramente basándose en palabras claves, hasta topar con ella. Éste ha hecho una lectura selectiva.

Rara vez alguien necesita efectuar una lectura detallada del texto, porque no cada frase es importante.

Y finalmente, ese lector o lectora a quien le parece interesante el tema de la comprensión lectora y desea adquirir conocimientos básicos, puede que piense que este artículo se los proporcione, por lo que decida realizar una lectura analítica.

MODELOS DE LECTURA

Son tres los modelos de lectura que se distinguen. Dos son unidireccionales, el modelo “**bottom-up**” o de **procesamiento ascendente**, el “**top-down**” o de **procesamiento descendente** y el tercero que es bidireccional y se llama el **modelo interactivo o teoría de los esquemas**.

El modelo de procesamiento ascendente defiende que la lectura es un proceso que parte de la descodificación de las unidades lingüísticas individuales más pequeñas a las más grandes. Es decir, de los fonemas a los grafemas, de estos a las palabras y así hasta llegar a elementos de rango superior como la frase, el párrafo y el texto. De esta manera se considera que si el lector es capaz de entender las palabras, automáticamente entenderá el texto. En este modelo la comprensión lectora se entiende como un proceso guiado exclusivamente por el contenido explícito y los aspectos formales presentes en el texto. Sin embargo, sucede con frecuencia que sabemos descifrar cada una de las palabras que componen el texto y, sin embargo, no somos capaces de comprender su sentido.

El modelo de procesamiento descendente se basa en la elaboración de predicciones sobre el texto basándose en el conocimiento de mundo del lector, así al leer, éste confirma o refuta sus predicciones.

La diferencia entre estos dos primeros modelos estriba en que en el primer caso el camino se centra en el texto, en el segundo en el lector; en el primero se dificulta la aprehensión global del texto –el significado de un texto no es el de cada uno de sus componentes-, y en el segundo, el texto está a merced de la interpretación subjetiva de cada lector.

El tercer modelo es el llamado modelo interactivo (Teoría de los Esquemas). Las informaciones nuevas, los conceptos nuevos, las ideas nuevas, solo tendrán significado si se pueden relacionar con algo que el individuo ya conoce. En esto se basa la teoría de los esquemas.

El concepto de esquema se puede definir como una estructura abstracta de conocimiento.

En este modelo, tan importante es el texto como el conocimiento previo del lector, ya que la lectura presupone un proceso de interacción o de influencia mutua entre el texto y el lector. Así el lector se enfrenta al texto de manera activa, ya que éste le creará expectativas y él realizará hipótesis de sentido. El proceso interactivo solicita por parte del lector el estar interactuando con el texto (la lectura no es una destreza pasiva, y en este modelo, el lector o lectora echa mano de todos sus conocimientos).

Como conclusión respecto a la utilidad de estos tres modelos, diremos que es el lector el que tiene que ser capaz de usar los tres enfoques según le ayuden a entender mejor el texto. Así necesitaremos poner en funcionamiento tres tipos de conocimiento: el lingüístico (gramática, vocabulario, grafía), el sociocultural (costumbres asociadas a determinados contextos o personas), del mundo y del tema (lo que uno espera ver en determinado espacio, por

ejemplo, una esquela, una instancia, críticas de cine, etc.).

ESTRATEGIAS DE LECTURA

Las estrategias de lectura intentan aumentar la eficacia lectora, sin embargo su uso es difícil de cuantificar, amén de que existen muchas presentaciones y divisiones de las mismas, por lo que es imposible abarcarlas todas aquí. Así que se seleccionaron las siguientes, que consideramos claras, prácticas y rigurosas.

Antes de leer podemos ayudarnos de las estrategias de prelectura. Para empezar, tras leer el título activaremos nuestros conocimientos previos sobre el tema. Seguidamente, es conveniente leer la introducción e identificar los temas claves que van a ser discutidos. Damos un salto al texto y nos vamos, si lo hay, al párrafo en el que se presenta la conclusión y lo leemos detenidamente. Ahora es el momento de echar un vistazo al texto, leemos la primera frase de cada uno de los párrafos que forman el cuerpo del texto para ver las ideas que se mencionan. En caso de que busquemos información específica, leemos detenidamente partes del texto.

Una vez dentro del texto, seleccionaremos las informaciones esenciales, contrastándolas con nuestros esquemas.

Un tema que preocupa a muchos y muchas es el del vocabulario desconocido. Por ello es vital tener a la mano un diccionario “salvador” que deberá utilizarse en la segunda lectura, de esta manera se tendrá que hacer hipótesis sobre el sentido de las palabras desconocidas durante la primera lectura.

Tengamos en cuenta que la memoria a corto plazo no almacena más de siete unidades de sentido, y si la interrumpimos para buscar una palabra, lo más probable es que se borre lo almacenado y tengamos que releer las últimas frases.

La lectora o el lector activo se implican en el texto anticipando contenidos, porque así acelera la construcción del sentido y su memorización.

Y finalmente, mencionaremos la inferencia como estrategia fundamental de la lectura. Inferir significa construir lo no dicho por el texto (implícito) a partir de lo dicho (explícito) y de los conocimientos previos. Cuantas más inferencias hagamos, más completa será la lectura.

COOPERATIVA DE TRANSPORTE EXPRESO MILAGRO

Antecedentes:

Fundada el 26 de Mayo de 1978 en la bella ciudad de Milagro, provincia del Guayas, con 14 socios que se inician con Furgonetas marca Ford, con

capacidad para 18 pasajeros. Ya en el año de 1999 se incrementa el número de socios a 19, los cuales se mantienen hasta la actualidad; durante el período de 1978 hasta 2006, se venía cambiando de unidades de transporte de marcas Hino, Ford, Chevrolet, Volkswagen, pero debido a la competencia, nos vimos en la necesidad de renovar el parque automotor.

Fue entonces que por el año de 1993, se comenzó hacer los trámites y estudios respectivos para realizar la compra de nuevas unidades de transporte marca Mercedes Benz, una vez realizada estos estudios, se hizo posible la adquisición gracias a los socios. ya que en mutuo acuerdo, decidieron realizar un autofinanciamiento diario por medio de una cadena.

Desde la fecha de inicio, "EXPRESO MILAGRO" mantiene un importante prestigio dentro y fuera de la ciudad en el transporte de pasajeros, lo cual hemos consolidado mediante la innovación de nuevas unidades, convirtiéndonos en líderes de la ruta ROBERTO ASTUDILLO, MILAGRO, YAGUACHI, DURAN, GUAYAQUIL, en la actualidad contamos con 20 unidades de transporte con salida cada 5 minutos.

Además contamos con estaciones en Roberto Astudillo, Milagro, y Guayaquil y la constante capacitación que recibe nuestro grupo humano nos coloca en calidad total.

Nuestras unidades Mercedes Benz modelo 17-21 y 17-22, brindan total seguridad, comodidad y atención de primera a nuestros pasajeros, para que usted tenga un placentero viaje con nosotros.

Misión

Superar las expectativas de los Clientes

- Mantener la flota moderna y 100% operativa.
- Brindar cada vez una mejor infraestructura al servicio de nuestros clientes.
- Minimizar costos.
- Seguir ofreciendo a nuestra distinguida clientela el mejor servicio con niveles de eficiencia y calidad en transporte de pasajeros.

Visión

- Incorporar nuevas unidades de transportes.
- Tratar de avanzar con nuestras unidades, a más puntos del país.
- Mantener siempre informada a nuestra distinguida clientela de las actividades que realizamos, de manera que la ciudadanía se sienta satisfecha y actualizada de la labor que hacemos.

- Seguir manteniendo una interacción entre usuarios y cooperativa, atendiendo sus inquietudes. Objetivo que lo estamos logrando por medio de este website, que ha sido puesto a vuestra disposición.
- Convertirnos en uno de las principales Cooperativa de Transportes, engrandeciendo la estrecha relación entre usuarios y transportistas, permitiéndonos ofrecer a los ciudadanos un feliz retorno y a la vez generar oportunidades de desarrollo para la institución, contribuyendo al crecimiento de la ciudad.

Políticas

- Dotar de un buen servicio a la ciudadanía de Milagro.
- Realizar un servicio eficiente de Transporte de Pasajeros, en vehículos tipo Mercedes Benz para 45 pasajeros en la ruta Roberto Astudillo, Milagro, Yaguachi, Duran y Guayaquil.
- Incrementar es espíritu de solidaridad y cooperación entre los socios.
- Adquirir máquinas a implementar automotrices, repuesta, combustibles, lubricantes, herramientas de trabajo necesarios, para llevar a delante los fines de la Cooperativa.
- Organizar la caja de Ahorro y Crédito y la de Auxilio Social, para facilitar a los cooperados prestamos de dinero o especie de acuerdo al Reglamento Interno.
- Procurar un mejor nivel cultural para sus asociados.
- Prestar servicios médicos, jurídicos y pecuniarios en caso de calamidad domestica, accidentes de trabajo y mortuorio.
- Todos los demás fines señalados en la Ley de Cooperativa.

2.1.3 FUNDAMENTACIÓN

Fundamentación Psicológica

Al ser humano debemos entenderlo en su desarrollo evolutivo, en su estructura psíquica y su relación en la comunicación con sus semejantes.

La teoría que sostiene VIGOSKY, que hoy tiene gran incidencia en algunos campos, sobre el origen de los procesos psicológicos superiores y del concepto de desarrollo próximo, nos señala que el ser humano poco a poco va asimilando la comunicación con la realidad externa, que posteriormente permitirá participar en diálogos y conversaciones con otras personas y así integrarse con la comunidad a la que pertenece, nos explica la interacción del individuo con su entorno social geográfico que revelan la identidad cultural de su pueblo de origen y que le permiten tener una noción clara de todos los hechos del acontecer social a través de los medios de comunicación colectivo

Desde este punto de vista el diseño y edición de este medio de comunicación será un vehículo mediante el cual se posibilita la interacción social del medio de transporte con todos sus usuarios, a través de todo el contenido que estará

al servicio de toda la colectividad usuaria de las líneas de transporte público Milagro – Guayaquil. Milagro.

Fundamentación Sociológica

Este proyecto encuentra fundamento en el aspecto sociológico, ya que encierra las demandas sociales del usuario.

La sociedad es producto histórico de la interacción social de las personas. La interacción social es un proceso recíproco que obra por dos o más factores sociales, bajo ciertas condiciones de tiempo y lugar.

Las relaciones que derivan ciertos sistemas de interacción social se llaman relaciones sociales y por lo tanto son entre personas que se desarrollan bajo formas sociales establecidas; ellas comprenden las relaciones de clase y las relaciones de grupo sociopsicológicos e individuales.

Los medios de comunicación social juegan un rol importante dentro de estas relaciones, toda vez que en una colectividad se facilita las relaciones sociales a través de la información y la prensa es un recurso científico y tecnológico a través del cual el hombre logra tener una mejor conciencia de su realidad social de la sociedad y de los problemas que se suscitan dentro de ella.

Fundamentación Política

Desde el punto de vista político, las instituciones de una sociedad con finalidad de servicio, promueven el bien público, solucionando la necesidad de los ciudadanos y habitantes de una colectividad y el transporte viene a llenar uno de los grandes requerimientos que exige la sociedad, es decir su función es social y desde este punto de vista, una cooperativa de transporte constituye una herramienta de comunicación que une a los pueblos.

El cumplimiento de sus fines está delineado por las políticas de la empresa que buscan el bien colectivo, desde este punto de vista el apareamiento de un periódico surge como un complemento más en el desarrollo de los valores humanos y de políticas informativas que señala su visión institucional

2.2 MARCO LEGAL

Ley de Comunicación

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

- 3.** La creación de 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 radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación, en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

Art. 18.- 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 procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

Art. 20.- El Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

INFORMACIÓN: La información comprende los datos y conocimientos que se usan en la toma de decisiones.

TRANSPORTE: El transporte público comprende los medios de transporte en que los pasajeros no son los propietarios de los mismos, siendo servidos por terceros. Los servicios de transporte público pueden ser suministrados tanto por empresas públicas como privadas.

COLECTIVIDAD: Conjunto de individuos a los que une una relación o que persiguen un mismo fin.

REMOTA: Que está muy lejos o muy apartado en el tiempo o el espacio.

FERROCARRILES: Medio de transporte que consiste en una serie de vagones remolcados por una locomotora que se desplazan sobre dos líneas de metal dispuestas paralelamente.

COOPERATIVA: Es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para formar una organización democrática cuya administración y gestión debe llevarse a cabo de la forma que acuerden los socios, generalmente en el contexto de la economía de mercado o la economía mixta, aunque las experiencias cooperativas se han dado también como parte complementaria de la economía planificada. Su intención es hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes haciendo uso de una empresa. La diversidad de necesidades y aspiraciones (trabajo, consumo, comercialización conjunta, enseñanza, crédito, etc.) de los socios, que conforman el objeto social o actividad cooperativizada de estas empresas, define una tipología muy variada de cooperativas.

INTERCANTONAL: Inter: entre, en medio. Cantón: Unidad territorial en que puede subdividirse un país.

RED FERROVIARIA: Relativo al ferrocarril: la red ferroviaria.

REGLAMENTACIÓN: Someter una actividad o proceso a determinadas normas, reglas o leyes.

USUARIO: Un usuario es la persona que utiliza o trabaja con algún objeto o que es destinataria de algún servicio público, privado, empresarial o profesional.

MURAL: Un mural es una imagen que usa como soporte un muro o pared. Ha sido uno de los soportes más usuales de la historia del arte. La piedra o el ladrillo es el material del que está hecho este soporte.

VITRINA: Escaparate o armario con la puerta de cristal para que se pueda ver lo que hay en su interior.

ESPORADICOS: Que es ocasional, sin ostensible enlace con antecedentes ni consiguientes.

SEMANARIOS: Periódico o publicación que aparece cada semana.

REVISTA: Publicación periódica con información sobre distintas materias o sobre una específica.

PUBLICACIONES: Acción de publicar un periódico, libro, disco, vídeo, etc. haciendo copias y poniéndolo a la venta.

COMUNICACIÓN: La comunicación es el proceso mediante el cual se transmite información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes.

IMPLEMENTAR: Poner en funcionamiento, aplicar los métodos y medidas necesarios para llevar algo a cabo.

COMPLEMENTAR: Añadir a una cosa lo que le falta para completarla o mejorarla.

SOCIOS: Persona asociada con otra u otras para algún fin.

CRONOLÓGICO: adj. Pertenciente o relativo a la cronología. Es la ciencia cuya finalidad es determinar los acontecimientos históricos; forma parte de la disciplina de la Historia.

IMPERSONAL: adj. Que no tiene personalidad.

GRÁFICA: adj. De la escritura o la imprenta o relativo a ellas

PLIEGUES: (De plegar). m. Dobles, especie de surco o desigualdad que resulta en cualquiera de aquellas partes en que una tela o cosa flexible deja de estar lisa o extendida.

DISEÑADO: Dibujar una cosa para que sirva de modelo en su realización.

PERIODICIDAD: Repetición regular de una cosa cada cierto tiempo

PROMOCIONES: Dar publicidad a un producto, un servicio, etc., para que sea conocido públicamente, o a una persona para hacerla famosa, especialmente con intereses comerciales.

SECCIONES: f. En los medios de comunicación, espacio que se reserva para un tema determinado. Sección de deportes, de economía.

FORMATOS: Forma y tamaño de un libro, un impreso, una fotografía, etc.

TABLOIDE: Este formato de periódico es utilizado porque, en comparación con los formatos de hoja grande (600 x 380 mm) y el formato Berliner (470 x 315 mm), el formato tabloide es más práctico para la lectura.

PROYECTO: Es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas¹; la razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo previamente definidos.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 HIPÓTESIS GENERAL

¿Si se logra implementar un periódico de circulación gratuita semanal en el servicio del transporte intercantonal, será posible conseguir el hábito de la lectura que eleve el nivel cultural del usuario?

2.4.2 DECLARACIÓN DE VARIABLES

Variable independiente: Diseño y edición de un periódico

Variable dependiente: Líneas de transporte público

2.4.3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES DEFINICIÓN OPERACIONAL	INSTRUMENTOS
VARIABLE INDEPENDIENTE Diseño y Edición de un periódico	<p>Diseño: se define como el proceso creativo de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores técnicos y elementos gráfico-plásticos, con los objetivos de crear objetos o productos de acuerdo a unas especificaciones.</p> <p>Edición: Impresión de una obra para su publicación</p> <p>Periódico: Es una publicación editada cuya principal función consiste en presentar noticias.</p>	<p>Circulación gratuita</p> <p>Proveer de información y Desarrollar hábito de lectura</p>	<p>Investigación</p> <p>Observación</p> <p>Encuesta</p>
VARIABLE DEPENDIENTE Líneas de Transporte Público Milagro – Guayaquil	<p>Transporte: Medio de traslado de personas o bienes desde un lugar hasta otro.</p>	<p>Campo de trabajo</p>	<p>Investigación</p> <p>Observación</p> <p>Encuesta</p>

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Los principales tipos de investigación agrupados en función de los diferentes criterios son los siguientes:

POR LOS OBJETIVOS

Aplicado: Se sirve de los conocimientos que dispone la comunicación social y se las utiliza en su propio beneficio para crear un periódico de formato tabloide. Esta encaminado a resolver una necesidad práctica del usuario con un documento inmediato, objetivo de fácil acceso ya que su distribución es gratuita.

POR EL LUGAR

Es de campo, debido a que el desarrollo de este proyecto se lo realiza en la propia unidad de transporte donde se produce esta realidad, como es la implementación de un periódico con carácter informativo, educativo y cultural. Esta investigación es cualitativa porque mejorará el nivel cultural de la ciudadanía.

POR LA NATURALEZA

El tipo de estudio de esta metodología aplicada se adecua para la toma de decisiones en vista de que nos permite conocer los resultados y consecuencias del impacto que causara este proyecto, ya sea tanto en las ventajas y desventajas que acarrea la circulación de un periódico y luego en función de las consecuencias busca las alternativas de solución a través del planteamiento de una propuesta que resolverá los efectos negativos de la implementación de este medio de información.

DE ACCIÓN

Es de acción porque se orienta a producir cambios en la ciudadanía milagreña y ayuda a que el usuario este mejor informado.

POR EL ALCANCE

Es descriptiva porque permite establecer el alcance de la creación de este periódico y determinar las características de la población que se va a beneficiar, la frecuencia de la circulación; para lo cual se deberá realizar un estudio de seguimiento.

Experimental: porque nos permite predecir lo que ocurrirá con la implementación y circulación de este periódico. Así como también diseñar algún tipo de experimentación para el control de esta variable, por ejemplo la incidencia de un método en la enseñanza de su lectura.

POR LA FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN

Proyecto factible: La implementación de este periódico es un proyecto práctico y posible de realizar, porque permite llenar una necesidad dentro de la empresa, porque permitiría una mejor información, desarrollará el hábito de lectura y permitirá elevar el nivel cultural del lector.

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1. CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN

Para la realización de este proyecto como universo de trabajo fue elegida la Cooperativa de Transporte Expreso Milagro.

Hay que enfatizar que se escogió la Cooperativa de Transporte Expreso Milagro porque esta línea es la mayormente preferida y utilizada por los usuarios de transporte público, por los beneficios y comodidades que ésta brinda a la colectividad.

Los flujos de usuarios que viajan diariamente a Guayaquil en las unidades de Transporte en esta empresa fueron seleccionados en los horarios comprendidos entre las 6:00 y 9:00 de la mañana y en la noche de 18:00 a 22:00.

La cantidad de usuarios que viajan diariamente Guayaquil - Milagro y viceversa son aproximadamente 5000 personas, de las cuales 1400 utilizan la Cooperativa de Transporte Expreso Milagro, que se caracterizan porque en su mayoría son gente que labora en la ciudad de Guayaquil, estudiantes, comerciantes y asuntos personales.

3.2.2. DELIMITACIÓN DE LA POBLACIÓN

De la cantidad total del universo de trabajo se ha seleccionado 232 personas que corresponden a estudiantes que cursan sus estudios en colegios y universidades de la ciudad de Guayaquil, por ser una población permanente ya que viajan todos los días y a los horarios anteriormente establecidos.

3.2.3. TIPO DE MUESTRA

El tipo de muestra es no probabilístico.

Es casual porque se partirá del número de sujetos o personal que conforman la muestra que son los usuarios y para seleccionarlos se recurrirá a las personas que estén más cerca de nuestros entrevistadores.

3.2.4. TAMAÑO DE LA MUESTRA

La muestra comprende 232 personas que viene a ser el subconjunto representativo de la totalidad de estudiantes usuarios que fueron seleccionados al azar como procedimiento no probabilístico casual.

A las 232 personas que se van a encuestar se necesita conocer la opinión de ellas, sobre el nivel de adopción que tendrá la implementación de este periódico, para lo cual el encuestador se situará cerca de las boleterías en los terminales de Guayaquil y Milagro en los horarios de mañana y noche, que son los que utilizan el servicio diariamente y exclusivamente de la Cooperativa Expreso Milagro.

Muestra.

De acuerdo a los datos señalados en la población, fue posible realizar la encuesta a 232 personas entre las que se destacan estudiantes de nivel medio y de nivel superior que utilizan las líneas de transporte de la Cooperativa Expreso Milagro

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

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

E= Error máximo admisible que lo determina el investigador. Se calcula en porcentajes y luego se divide para cien.

A continuación se describe la muestra:

$$n = \frac{1400}{(0,06)^2 (1400-1)+1}$$

n= 232

3.2.5. PROCESO DE SELECCIÓN

Muestra de sujetos voluntarios, porque se realizara a personas que viajan en las unidades de transporte y que estas accedan voluntariamente a la encuesta.

3.3. METODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 METODOS TEÓRICOS

METODO INDUCTIVO:

Nos permite realizar un análisis particular de las razones por las cuales los estudiantes usuarios han sido involucrados a la lectura de este nuevo periódico, para por medio de ellas obtener conclusiones del impacto que tendrá en la totalidad de usuarios que prefieren esta empresa.

METODO DEDUCTIVO

Es un valioso instrumento que nos permite tener una noción universal del criterio formado de todos los usuarios de las bondades que presenta el nuevo periódico y a su vez verificar la incidencia que ha tenido particularmente en cierto sector de los usuarios.

3.3.2 METODO EMPÍRICO

LA ENCUESTA

Es la técnica más destacada del método cuantitativo y así aplicada a los estudiantes y usuarios del nivel medio y superior con el fin de obtener las diferentes opiniones y preferencias de ellos sobre lo que ellos sienten y creen sobre este nuevo proceso investigativo.

En el caso específico que nos ocupa es una empresa de transporte que traslada diariamente a Guayaquil un mínimo grande de 1400 personas y fue orientada a los estudiantes que utilizan esta Cooperativa de Transporte , para lo cual se elaboró y aplicó cuestionarios individualmente sobre diversas interrogantes en diferentes horas de las labores que realiza esta cooperativa. La encuesta tuvo dirigida a los usuarios que son estudiantes, por ser ellos quienes utilizan más preferentemente esta unidad de transporte y saber los criterios que tienen sobre este nuevo periódico y saber los gustos, preferencias y sugerencias que tienen sobre el contenido de este medio de información.

3.4 TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LAS INFORMACIÓN

La técnica para el procesamiento de los datos que se obtuvieron en la encuesta es la siguiente:

- a) Proceso manual: Fue utilizado para la recolección y procesamiento primario de los datos.
- b) Proceso electromecánico: En este tipo de procesamiento de los datos, el enlace de información entre los diferentes elementos empleados en el tratamiento de la encuesta y almacenamiento se realizaron en forma manual, pero para que sea más exacta y confiable, se recurrió a la calculadora por la tabulación.
- c) Proceso electrónico: En este tipo de procesamiento que ha utilizado se empleó la computadora, que fue la encargada de efectuar los procesos requeridos automáticamente, que permitió obtener el resultado deseado.

Para el estudio de los resultados obtenidos fue necesario el análisis cuantitativo, para poder deducir los datos obtenidos.

PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACIÓN

Para el desarrollo del presente trabajo se utilizó como técnica la encuesta que fue dirigida a usuarios estudiantes de nivel medio y nivel superior.

ENCUESTADOS	UNIVERSO	APORTE MUESTRA	PORCENTAJE
Estudiantes nivel medio	400	77,34	66.66%
Estudiantes nivel superior	1000	154,67	33.33%
TOTAL	1400	232	99.99%

ENCUESTA

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN

PROYECTO: DISEÑO Y EDICIÓN DE UN PERIÓDICO DE CIRCULACIÓN GRATUITA EN LAS UNIDADES DE TRANSPORTE PÚBLICO MILAGRO - GUAYAQUIL.

OBJETIVO: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS DE LA COOPERATIVA EXPRESO MILAGRO.

Con la finalidad de conocer su valioso criterio y sugerencias que usted tiene sobre la información que presenta este nuevo periódico, solicito su atención a fin de que se digne responder el siguiente cuestionario de esta encuesta; para lo cual, usted se servirá señalar con un visto en cada interrogante la alternativa que estime más conveniente.

1.- ¿Qué medio de comunicación lee o utiliza más para informarse?

Periódico

Revista

Internet

Otros (especifique)

2.- ¿Considera importante para información de los usuarios la circulación de un periódico en un medio de transporte?

Si

No

3.- Elija usted el tipo de información que más le gustaría que contenga el nuevo semanario:

Internacional

Cultura

Nacional

Economía

Local

Deportes

Sociedad

Clasificados o anuncios

4.- ¿Considera que un medio de comunicación como el periódico, eleva el nivel de cultura e información de una persona?

Si

No

5.- ¿Considera usted que un periódico fomenta el hábito de lectura?

Si

No

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANALISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Como todo proceso de investigación, se busca comprobar la realidad del proyecto, luego de seguir el tratamiento que corresponde, planteando objetivos orientados a la solución del problema y comprobación de nuestra hipótesis, fue empleada la encuesta; la misma que fue preparada de acuerdo a las necesidades que demandan las líneas de transporte público Milagro-Guayaquil

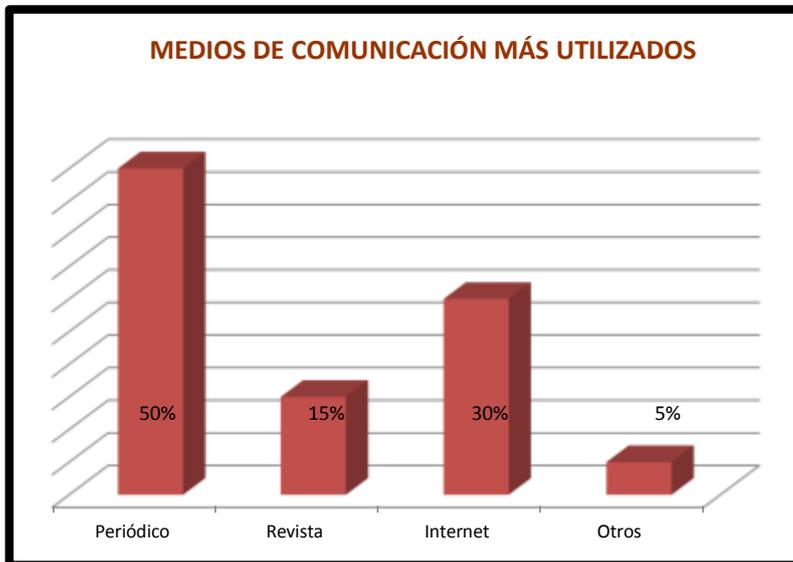
La información procesada nos permitirá obtener datos importantes para la aplicación exitosa y eficaz de nuestro proyecto, además de conocer el criterio y las preferencias de los usuarios que viajan diariamente y que utilizan la transportación pública intercantonal Milagro-Guayaquil.

En la actualidad se carece de un medio de información que oriente al usuario en los horarios de salida y retorno de Guayaquil y Milagro respectivamente; de los turnos que tienen cada uno de las cooperativas y de los servicios que brinda cada empresa, ya que existen dos de ellas que lo realizan con aire acondicionado, otros, que no recoge pasajeros durante el trayecto, que configuran la información que necesita conocer diariamente el usuario.

GRAFICO Nº 1:

¿Qué medio de comunicación lee o utiliza más?

Respuesta	Porcentaje
Periódico	50%
Revista	15%
Internet	30%
Otros	5%

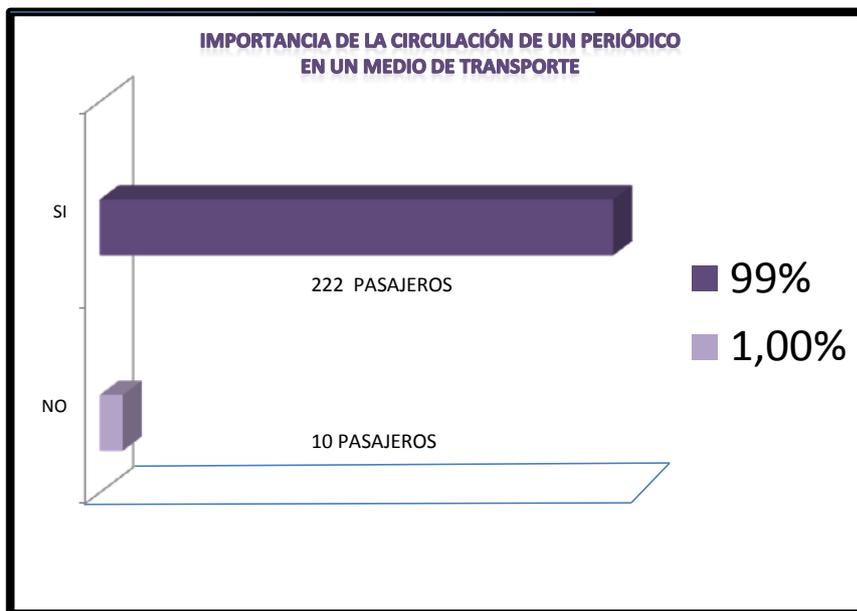


El 50% de los usuarios de transporte público prefiere el periódico, mientras que el 30% prefiere el internet, con menos proporción se inclinan hacia las revistas 15% y final mente en un 5% prefieren otros.

GRAFICO Nº 2:

¿Considera importante para la información de los usuarios, la circulación de un periódico en un medio de transporte?

RESPUESTA	PORCENTAJES
SÍ	99,7%
NO	3%

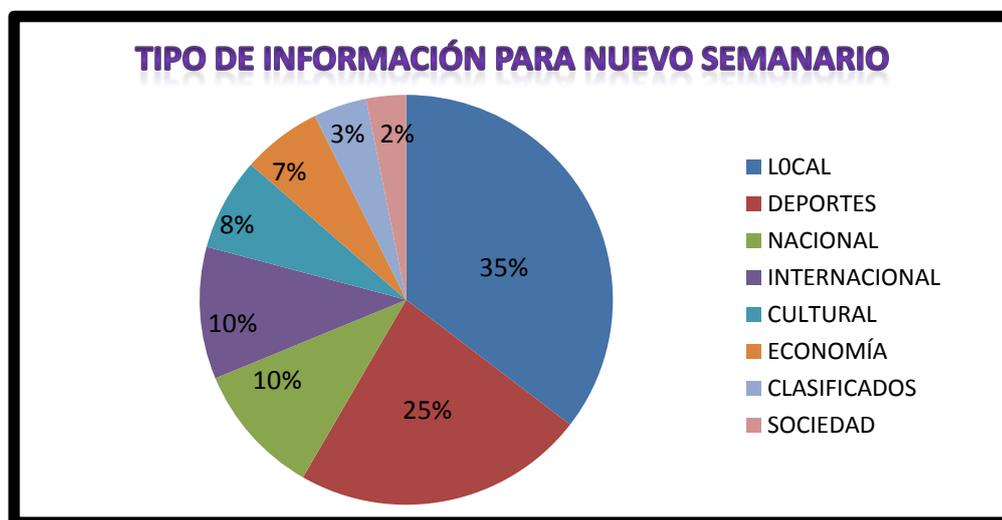


El 99,7% de los usuarios considera importante para la información, la circulación de un periódico en las líneas de transporte.

GRAFICO Nº 3:

Elija usted el tipo de información que más le gustaría que contenga el nuevo semanario

RESPUESTA	PORCENTAJES
Local	35%
Deportes	25%
Nacional	10%
Internacional	10%
Sociedad	2%
Cultural	8%
Economía	7%
Clasificados	3%



A la mayoría de usuarios les interesaría conocer información local 35%, seguida de información deportiva 25%, seguida de noticias nacionales e internacionales con un 10%, luego cultural 8%, economía 7% y finalmente clasificado y sociedad con 3% y 2% respectivamente.

GRAFICO Nº 4:

¿Considera que un medio de comunicación como el periódico, eleva el nivel de información y cultura en una persona?

Respuesta	Porcentajes
Sí	99,9%
No	0,1%

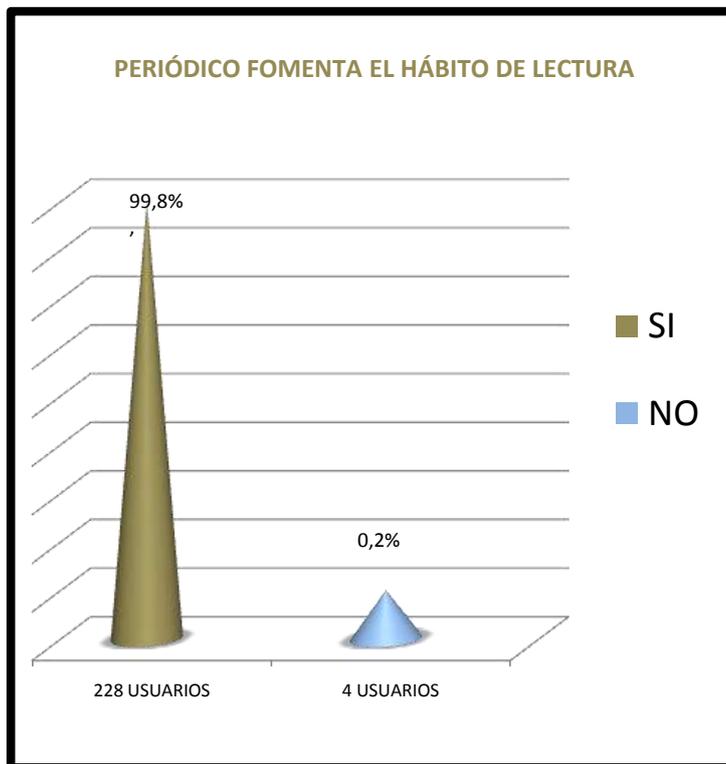


La gran mayoría que es el 99'9% considera que el periódico eleva el nivel de información y cultura de una persona, mientras que el 1% considera lo contrario

GRAFICO Nº 5:

¿Considera usted que un periódico fomenta el hábito de la lectura?

Respuesta	Porcentaje
Sí	99,8%
No	0,2%



La gran mayoría que es el 99,8% considera que el periódico fomenta el hábito de la lectura, mientras que tan solo el 2% piensa lo contrario.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIAS Y PERSPECTIVAS

De los resultados obtenidos en la investigación se desprenden las siguientes conclusiones:

- Los usuarios al informarse diariamente, el medio de comunicación que más prefieren es el periódico, por ser el de más inmediato acceso a la lectura y además por ser de bajo costo para su adquisición.
- La totalidad de los usuarios, sin lugar a dudas estima como la opción más conveniente en su información a un medio de circulación escrita.
- Entre los diferentes tipos de información, el lector prefiere más la información de carácter local, deportivo.
- La gran mayoría considera al periódico como uno de los medios que más eleva los niveles de cultura de un pueblo.
- Además se considera que un periódico es uno de los recursos más poderosos que incentivan el hábito de lectura en el usuario.

Del resultado comparativo realizado a las cifras obtenidas en las estadísticas se puede concluir que el usuario en su mayoría está compuesto de una población flotante que prefieren el periódico como la opción más conveniente por dos motivos; ya sea porque en su contenido trae información deportiva y local y además porque eleva los niveles de cultura e incentiva los hábitos de lectura de un pueblo.

Las tendencias y porcentajes elevados de los cuadros estadísticos nos demuestra que un periódico es el medio más idóneo para la información que necesitan el usuario y ratifican la necesidad ineludible de la creación de un semanario de la creación de un semanario exclusivo para los pasajeros que utilizan transporte público Milagro-Guayaquil.

Los indicadores obtenidos en la investigación configuran la necesidad de desarrollar este proyecto que está destinado a la creación de un nuevo semanario para atender los requerimientos del usuario, la necesidad de su información que prefiere y que a la vez le permite una mejor ilustración.

4.3 RESULTADOS

En consideración a los resultados obtenidos en la encuesta se evidencian los siguientes comentarios y análisis de cada uno de los ítems investigados:

-Los usuarios durante su viaje, en el traslado de Milagro-Guayaquil y viceversa no disponen de una información local que le permita conocer los servicios que brindan las cooperativas de transporte que cubren esta ruta, convirtiéndose este aspecto en

una urgente necesidad, que debería ser solucionada, mediante la creación de un medio de información que ilustre mejor al usuario, sobre la organización, servicios, horarios, atención, prevenciones de seguridad al pasajero.

-El diseño, la edición y la circulación de un semanario de información, exclusivo para los usuarios de la transportación pública entre Milagro y Guayaquil, es de vital importancia, porque permite un mejor desenvolvimiento en el control del tiempo del usuario frente a los horarios de salida y llegada de cada una de las cooperativas, la capacitación al usuario para poder actuar frente a la inseguridad social que predomina en el momento actual.

-La elaboración de este semanario estará destinada a atender las preferencias del usuario que requiere para tener una información completa en aspectos concernientes al ámbito local, ya sea hechos, sucesos, deportes, economía, investigación y científico, etc.

-La circulación de un nuevo semanario para el usuario, no solamente que le permite tener información de la realidad local y nacional, sino que también lo motiva a desarrollar el hábito de la lectura, logrando de esta manera incrementar su acervo de conocimientos y lograr un mejor desarrollo cultural.

El periódico es una de las fuentes a través de la cual el ser humano mediante la lectura se convierte en el principal canal que le permiten concienciar el desarrollo de sus habilidades mentales para poder captar, comprender todos los contenidos que el individuo requiere para su enriquecimiento cultural, siendo el periódico uno de los mejores medios para su desarrollo.

4.4 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

La edición y diseño de un periódico de circulación semanal gratuita, incluirá en forma muy positiva en el desarrollo del pensamiento cognitivo de los usuarios, porque le permitirá tener acceso a una más amplia información de todos los asuntos de la transportación local y a la vez que le permitirá elevar su nivel cultural, por medio de la práctica de la lectura a través del estudio realizado y de acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta, será factible lograr lo que se propone alcanzar la hipótesis, ya que todos los ítems , los datos confirman la necesidad planteada y la solución requerida.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA: ELABORACIÓN DE UN INFORMATIVO DE FORMATO TABLOIDE PARA LA CIRCULACIÓN EN LA TRANSPORTACIÓN INTERCANTONAL MILAGRO-GUAYAQUIL

5.2 FUNDAMENTACIÓN

El término informativo se refiere al medio de comunicación que se utiliza para difundir hechos hechos, problemas o fenómenos

Este concepto totalizante sirve para comprender la dimensión de los hechos y acontecimientos que ocurren en la realidad local y nacional y sobre los distintos aspectos culturales, deportivos y demás aspectos sociales que nos permite el día de hoy conocer la comunicación y que constituye la base para el conocimiento y la ilustración de cuánto debe saber, conocer y estar informada la ciudadanía.

En sentido general la información es un conjunto organizado de datos procesados, que constituyen un mensaje que cambia el estado de conocimiento del sujeto o sistema que recibe dicho mensaje.

Un portal de internet señala que la información es un fenómeno que aporta significado o sentido a las cosas, ya que mediante códigos y conjunto de datos forma los modelos de pensamiento humano.

Información es un conjunto de datos con un significado, o sea, que reduce la incertidumbre o que aumenta el conocimiento de algo.

La información comprende los datos y conocimientos que se usan en la toma de decisiones; en cambio en Wikipedia encontramos que la información es un conjunto organizado de datos procesados, que constituyen un mensaje sobre un determinado ente o fenómeno.

5.3 JUSTIFICACIÓN

La investigación realizada demostró que es necesaria la creación de un nuevo órgano informativo, destinado exclusiva y particularmente para los usuarios que utilizan las cooperativas de transporte que los traslada a la ciudad de Guayaquil.

El impacto que producirá este nuevo medio de información en manos del usuario será para mantenerlo informado sobre muchos aspectos que él debe conocer como: atención, horarios, seguridad, leyes de tránsito, prevención de accidentes, noemas para conducirse como peatón, coberturas de seguros, etc. Ya que el pasajero desconoce de esta información, así como también la transgresión de todas estas normas.

Hasta la presente fecha no ha habido mayor preocupación en las cooperativas de transporte, para tener bien informado al pasajero de todos y cada uno de los aspectos antes citados, porque ha faltado la difusión necesaria que debía haberse realizado y de los efectos que el día de hoy produce la inseguridad terrible que existe para los medios de transporte intercantonal, no solo de Milagro Guayaquil, sino a nivel nacional.

Los antecedentes antes descritos promueven la necesidad de adquirir esta información que debe proporcionarse al pasajero, así como de sus implicaciones tanto como para la compañía de transporte, conductores, usuarios y colectividad, con el fin de que estén mejor preparados para poder conocer las actividades de la transportación intercantonal.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la Propuesta

Capacitar a los usuarios sobre los beneficios que brinda la transportación intercantonal y prevención para su seguridad personal.

5.4.2 Objetivos Específicos

- Diseñar secciones destinadas para que el usuario conozca todos los horarios de trabajo de las cooperativas de transporte público Milagro-Guayaquil.
- Información sobre actividades administrativas, sociales y deportivas que realizan las cooperativas de transporte público Milagro-Guayaquil.
- Implementar una sección que constituya un instructivo para seguridad personal del usuario.

5.5 UBICACIÓN

La entrega, difusión y circulación del semanario se llevará a efecto en la ciudad de Milagro debiendo iniciarse su donación en forma gratuita a los usuarios que viajan con destino a la ciudad de Guayaquil, tomando como lugar de repartición las oficinas de las cooperativas en el terminal terrestre, donde inician su recorrido, así como también en cada una de las unidades de transporte intercantonal Milagro Guayaquil.



La lectura de este tabloide lo harán los usuarios de las cooperativas EXPRESO MILAGRO, RUTAS MILAGREÑAS y EJECUTIVO EXPRESS, que van de Milagro a Guayaquil. Instituciones de transporte que están conformadas por grupos de socios que representan a los intereses de sus asociados.

Son entidades con capitales de tipo privado; cada una conforma una razón social debidamente registrados, cuyo funcionamiento está acreditado con sus respectivos permisos, que han sido creados con finalidad social, cuyo objetivo es el servicio como medio de transporte a la colectividad milagreña, para lo cual cuentan con el número suficiente que les permiten ofrecer una continua y preferente atención durante 19 horas diarias.

5.6 FACTIBILIDAD

Este proyecto fue factible realizarlo por las facilidades que brindó la Cooperativa de Transportes EXPRESO MILAGRO, proporcionando todo los datos necesarios para estructurar este órgano informativo.

Es necesario relevar la valiosa ayuda que nos proporcionaron todos los diferentes profesionales y ayudantes del conductor, quienes supieron facilitarnos la información y apertura para realizar la encuesta.

La realización de este periódico no hubiera sido posible llevarlo a feliz término si no hubiéramos contado con la predisposición de los usuarios, quienes dieron sus comentarios, opiniones, criterios y observaciones que supieron hacer.

Este proyecto fue factible realizarlo con presupuesto propio, que permitió hacer posible por los conocimientos adquiridos.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Periódico de tipo tabloide(27,94x43,18cm), de 8 páginas, la primera página portada, la pagina 8 contraportada, 6 páginas divididas en 5 secciones impresas a full color, letra Arno pro 11 para párrafos y para títulos helvética tamaño varios, la calidad del papel es papel periódico blanco, retícula dividida en cinco columnas y seis columnas para clasificados, imágenes mínimo de 200 pixeles, modo de color CMYK (cian, magenta, amarillo y negro)

5.7.1 Actividades

Impresión del periódico de tipo tabloide en la imprenta GRAFIPRENT

El lanzamiento se llevará a cabo en un acto académico que se efectuará en el Salón de la Ciudad y la presentación estará a cargo del Lcdo. Fernando Naranjo Villacis, distinguido profesional milagreño quien detallará el contenido y objetivos que persigue este medio de comunicación.

Repartición y entrega de ejemplares del periódico a cada una de las cooperativas de transporte a fin de que se la haga llegar a cada uno de los usuarios.

Hacer llegar ejemplares a cada una de las emisoras, canales y medios de comunicación a fin de que se promueva la información que contiene a toda la ciudadanía

Hacer la entrega gratuita de ejemplares a cada uno de los auspiciantes y patrocinadores.

Realizar viajes de sondeo en las unidades de transporte con el fin de realizar sondeos de opiniones, a fin de conocer los criterios que vierte la opinión pública sobre el contenido de su información.

Verificación de la entrega del periódico a los usuarios para poder comprobar si sus ejemplares llegan con prontitud y eficacia al usuario.

5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

Recursos Humanos

El recurso humano que se empleará en el desarrollo de este trabajo de investigación es el siguiente:

- Un editor
- Un diseñador gráfico

Recursos y Medios de trabajo

Humanos, Técnicos, Infraestructura, los mismos que se describen a continuación:

Aspectos Financieros

Recursos humanos:

GASTOS SUELDO		
1 Editor	400 por 3 meses	\$1.200
1 Diseñador Gráfico	400 por 3 meses	\$1.200
		Total: \$2.400

Recursos de infraestructura física:

GASTOS POR MUEBLES DE OFICINA		
2 escritorios	70 c/u	\$140.00
2 sillas giratorias	30 c/u	\$ 60.00
2 mesa de trabajo	25 c/u	\$ 50.00
1 tablero acrílico	30 c/u	\$ 30.00
		Total: \$ 280.00

Recursos técnicos:

GASTOS POR EQUIPOS DE OFICINA		
2 computador	800 c/u	\$ 1.600.00
1 impresora multiuso	350 c/u	\$ 350.00
1 Cámara Fotográfica	1200 c/u	\$ 1200.00
		Total: \$ 3.150.00

Recursos administrativos:

GASTOS SUMINISTROS DE OFICINA		
10 resmas de papel	3 c/u	\$ 30.00
2 Tóner para impresora	25 c/u	\$ 50.00
1 tijera, grapadora, regla, perforadora, archivadores, estilete, plumas, lápices	50	\$ 50.00
Costos de impresión		
		Total: \$ 130.00

GRAN TOTAL \$ 5.960

5.7.3 Impacto

Un periódico siempre será un valioso instrumento y vehículo de la comunicación social ya que permite ilustrar el criterio de la opinión pública y llevar una variada información sobre determinados aspectos que el usuario de las cooperativas de transporte, necesitaba conocer.

Con la aplicación de este formato se logró que el pasajero tenga un medio de lectura y entretenimiento para hacer más ameno el tiempo de viaje entre Milagro y Guayaquil.

La implementación de un periódico a través de los medios de transporte permitió elevar el nivel cultural del usuario por la cantidad de su contenido.

El pasajero que realiza su viaje diariamente tiene la oportunidad de conocer mejor el horario de viajes que realizan las cooperativas.

Los usuarios pueden estar ahora mejor prevenidos de los medios de seguridad que debe conocer en casos de accidentes, incendio, daño, asaltos y robo del vehículo.

El usuario ha podido diferenciar las ventajas que ofrecen las empresas de transporte que cuidan la vida y la seguridad y la comodidad y el confort que día a día cada una de ellas se esmera en ofrecerte al pasajero.

5.7.4 Cronograma

ACTIVIDADES	TIEMPO						
	AGOSTO						
	SEMANA #1						
	1	2	3	4	5	6	7
Análisis e interpretación de encuestas	■						
Elaborar contenidos para medios informativos	■	■	■				
Diseño y diagramación de medios informativos		■	■	■			
Edición general		■	■	■	■		
Impresión y circulación						■	■

5.7.5 Lineamientos para evaluar la propuesta

El desarrollo de este proyecto ha permitido realizar una innovación en la transportación ecuatoriana y particularmente en la milagreña, porque por primera vez se desarrolla la cultura periodística en los usuarios que utilizan este medio para trasladarse diariamente a la ciudad de Guayaquil y viceversa.

Con la elaboración y circulación de este periódico hemos logrado que toda la comunidad milagreña obtenga un mejor nivel de información con la nutrida ilustración y contenido de este ilustrativo.

La implementación de este nuevo semanario dentro del usuario hace que el viaje sea más motivador e ilustrativo, por la variedad de secciones que encierra el contenido de este tabloide, ya que lo pone al tanto de muchos aspectos que deben ser de su información y dominio.

Por otro lado nos queda la satisfacción de ser los propulsores de la información periodística que deben recibir los usuarios que viajan a la ciudad de Guayaquil y viceversa

Para evaluar los logros obtenidos con la elaboración de este nuevo periódico, se ha conseguido obtener la aceptación de la colectividad y del pasajero que viaja diariamente en las unidades de transporte.

Para lograr obtener una mejor noción del alcance de los objetivos logrados a través de la aplicación de la propuesta, se lo hizo utilizando un pequeño cuestionario de preguntas así como también buzones de sugerencias que dieron como resultado la alta preferencia que les ha dispensado en un 83% a este medio.

La circulación de este medio de comunicación dentro de las empresas ha demandado varios procesos de interacción humana para poderlo ejecutar, en vista de que se ha requerido de la aprobación de directivos, financiamiento, programación, planificación, auspicios, que ha sido posible realizarlo con el apoyo de muchos recursos humanos, lo que demuestra que su implementación es una obra de gran esfuerzo humano y por cierto muy alentador por los logros obtenidos.

CONCLUSIONES

Una vez realizada la propuesta se ha llegado a las siguientes conclusiones

1. Que la circulación de este medio de información ha despertado mucho interés en los usuarios, por la avidez y preferencia con que se lo lee
2. Su contenido ha permitido que la ciudadanía se ilustre de temas muy importantes como son horarios de circulación, normas de tránsito y seguridad personal.
3. Ha permitido establecer una mejor interacción entre las cooperativas de transporte y sus usuarios.
4. El desarrollo de este proyecto involucró la participación de transportistas, profesionales del volante y ciudadanía en general.
5. Ha incentivado en el lector el hábito de la lectura.
6. La utilización de este medio de comunicación resulta tan necesario porque informa, ilustra y distrae al pasajero.
7. El pasajero ahora cuenta con un medio de información que le permite conocer mejor sus derechos en las coberturas de seguros de vida y el alcance de los beneficios del SOAT.

RECOMENDACIONES

1. La circulación de este semanario debe ser permanente a fin de que el usuario no pierda el interés en el contenido del mensaje.
2. La elaboración de su contenido no debe desvirtuar los propósitos que persigue.
3. La información que difunde debe caracterizarse por ser veráz, objetiva e imparcial.
4. La diagramación de este periódico debe encerrar en su contenido aspectos que motiven el interés del lector.
5. Para lograr el éxito de este rotativo se deberá realizar un seguimiento para corregir futuras deficiencias en su impresión.
6. Procurar que el contenido sea de buena calidad.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

MORAN Márquez F. Investigación Científica.

YEPEZ Edison Módulo de Tutoría 1

ROIZ Miguel. Sociología de la Comunicación y Cultura de Masas

SANTORO Daniel. Técnicas de Investigación: Métodos Desarrollados en Diarios y Revistas en América Latina.

Diccionario de la Real Academia de la lengua.

Diccionario Aristos

Diccionario Océano

Diccionario LNS

LINCOGRAFIA

[es.wikipedia.org/wiki/Periódico_\(Publicación\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Peri%C3%B3dico_(Publicaci%C3%B3n))

[es.wikipedia.org/wiki/Periódico_\(matemáticas\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Peri%C3%B3dico_(matem%C3%A1ticas))

[es.wikipedia.org/wiki/Periódico_\(matemáticas\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Peri%C3%B3dico_(matem%C3%A1ticas))

es.wiktionary.org/wiki/peri%C3%B3dico

dieumsnh.qfb.umich.mx/glosario.htm

www.elfondodelvaso.com/2009/06/10/diccionario-del-siglo-21/

www.diccionariosdigitales.net/GLOSARIOS%20y%20VOCABULARIOS/DICCIONARIO%20CASTELLANO-IDO-PPP.htm

www.joseluisgonzalezc.com/definiciones.html

<http://es.wikipedia.org/wiki/Peri%C3%B3dico>

es.wikipedia.org/wiki/Tabloide

www.definicion.org/diccionario/122

ANEXOS

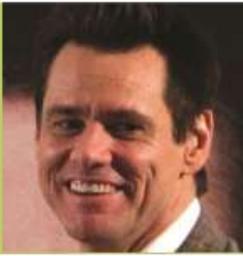
ANEXOS





BLACKBERRY lanzará un curve con nuevo sistema

Página 6



En un video **JIM CARREY** se le declara a actriz

Página 6



BLANCO Y NEGRO las tonalidades esenciales en toda decoración.

Página 5

EL PASAJERO

INFORMANDOTE EN EL CAMINO

SÁBADO
27 de Agosto del 2011
PERIÓDICO GRATUITO
Milagro - Guayaquil
elpasajero@hotmail.com

14 MARCAS DE LICORES CON METANOL CIRCULAN EN EL PAÍS



En una vivienda de la ciudadela Los Guayacanes, al norte de Guayaquil, se incautó el jueves licor supuestamente adulterado.

Una semana después de que en el país se registrara la víctima 48 por el consumo de licor adulterado con metanol, el Ministerio de Salud advirtió ayer que de 8 a 14 subió la lista de marcas de licores contaminados. Asimismo, ayer, el minis-

tro del ramo, David Chiriboga, anunció que desde el próximo lunes el Estado comenzará a comprar el trago adulterado, para evitar más muertes e intoxicaciones. Mientras, los operativos de incautación se multiplicaron en diversas provincias. La lista de licores peli-

grosos se elaboró con base a los estudios realizados por el Instituto Nacional de Higiene, que determinaron la presencia de alcohol metílico, tanto en muestras biológicas de pacientes como en muestras del producto incautado, según el Ministerio de Salud.

Pág. 2



Medallista olímpico Jefferson Pérez compartió experiencias con los estudiantes secundarios

Pág. 7



Cánceres temidos

Tienes gastritis? ¿Sufres de dispepsia? ¿Alguna vez has visto sangre en tus heces? ¿Te han diagnosticado hígado graso?

Pág. 5

Barcelona venció 1-0 al Manta FC en el Monumental

Un agónico triunfo obtuvo ayer Barcelona sobre el Manta, que complicó a los toreros en el estadio Monumental. Un gol del argentino Matías Oyola, a los 90 minu-

tos, dobló la resistencia de los manabitas, que cayeron 1-0. Con este triunfo, los toreros sumaron 15 puntos y se ubicaron segundos en la tabla de posiciones.

Pág. 7



José Luis Perlaiza (i) cabeceó un balón que pretendía un jugador del Manta FC.

HORARIOS de llegada y salida de Cooperativas de Transporte
BENEFICIOS del SOAT
TIPS DE seguridad para el pasajero

Pág. 4

ENCUESTA

1.- ¿Qué medio de comunicación lee o utiliza más para informarse?

Periódico

Revista

Internet

Otros (especifique)

2.- ¿Considera importante para información de los usuarios la circulación de un periódico en un medio de transporte?

Si

No

3.- Elija usted el tipo de información que más le gustaría que contenga el nuevo semanario:

Internacional

Cultura

Nacional

Economía

Local

Deportes

Sociedad

Clasificados o anuncios

4.- ¿Considera que un medio de comunicación como el periódico, eleva el nivel de cultura e información de una persona?

Si

No

5.- ¿Considera usted que un periódico fomenta el hábito de lectura?

Si

No



Paradero en el que se hará difusión del periódico El Pasajero



Usuarios reciben un ejemplar en cada vehículo

RUTAS MILAGREÑAS

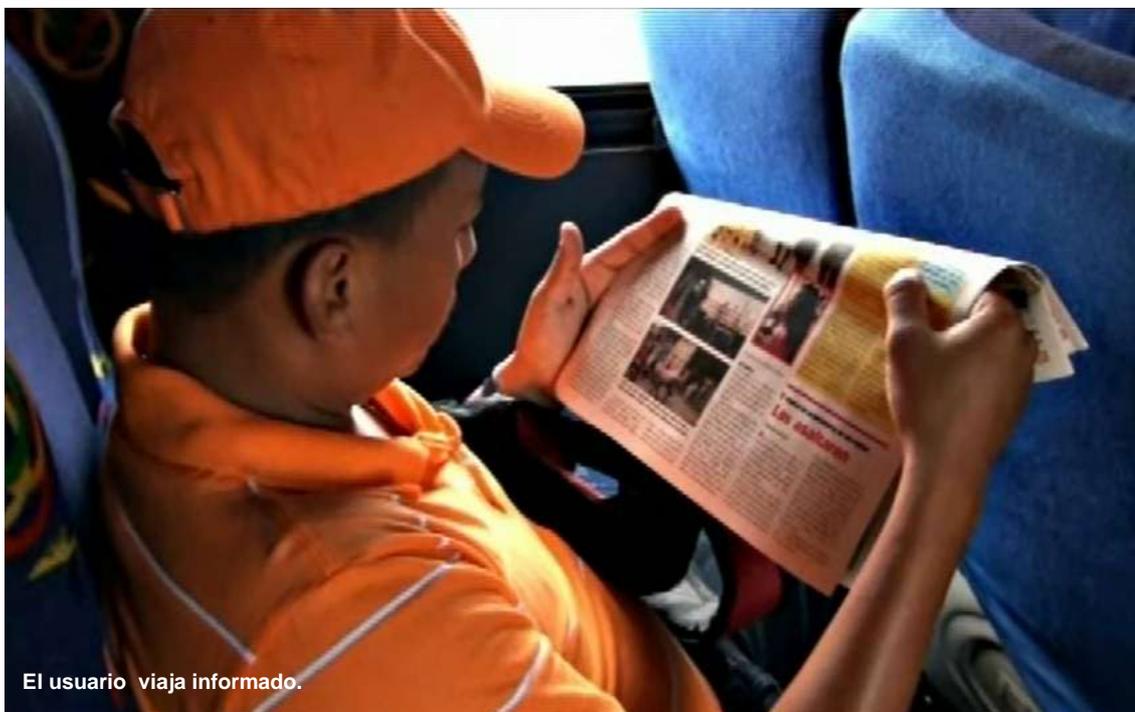
Líderes en la Transportación de pasajeros...



Cooperativas mejoran el servicio con vehículos nuevos.



Usuarios podrán ir informados en el camino



El usuario viaja informado.