



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL



**ANALISIS DE LA NECESIDAD DEL CONOCIMIENTO DE LOS TEMAS
SOCIALES EN EL GUASMO SUR PARA LA CREACION DE UNA GAZETA
SEMANAL GRATUITA**

Proyecto de grado que se presenta como requisito para optar
por el título de Licenciado en Comunicación Social.

Autor: Henry Ernesto Alejandro Moreira.

Tutor: Lcda. Beatriz Vallejo MSc.

Guayaquil

Ecuador

Agosto del 2012

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de la Facultad de Comunicación Social, por el presente:

CERTIFICO

Que he analizado el proyecto de trabajo de grado presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el grado Licenciado en Comunicación Social.

Tutor: Lcda. Beatriz Vallejo MSc.

Guayaquil

Ecuador

Agosto del 2012

APROBACIÓN DE LA SUSTENTACIÓN

Los miembros designados para la sustentación aprueban el Trabajo de titulación sobre el tema: Análisis de la necesidad del conocimiento de los temas sociales en el Guasmo, para la creación de una gazeta semanal gratuita

Del egresado:

Henry Ernesto Alejandro Moreira

De la Facultad de Comunicación Social

Guayaquil, Agosto del 2012

Para constancia Firman

ACTA DE RESPONSABILIDAD

El egresado de la Facultad de comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, Sr. Henry Ernesto Alejandro Moreira, deja constancia escrita de ser el autor responsable de la tesis presentada, por lo cual firma:

Henry Ernesto Alejandro Moreira

C.I.:091496592-6

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de este trabajo de titulación me corresponde exclusivamente a mí; y al patrimonio intelectual de la misma Universidad de Guayaquil.

Henry Ernesto Alejandro Moreira

CI: 0914965926

DEDICATORIA

A MI MADRE: LIDA MOREIRA CANCHINGRE

UNA LUCHADORA INCANSABLE CON SU DON MAS PRECIADO

EL AMOR

ME HA ILUMINADO EL CAMINO TODOS LOS DIAS DE MI VIDA

ÍNDICE DEL CONTENIDO

CARÁTULA	i
CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	i
APROBACIÓN DE LA SUSTENTACIÓN	ii
ACTA DE RESPONSABILIDAD	iii
DECLARACIÓN EXPRESA	iv
DEDICATORIA	v
ÍNDICE DEL CONTENIDO	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE GRAFICOS.....	viii
RESUMEN	ix
INTRODUCCIÓN	10
CAPITULO I	11
EL PROBLEMA	11
Planteamiento del problema	11
Ubicación del Problema en su contexto	11
Situación en conflicto	11
Causas del problema y sus consecuencias.....	12
Delimitación del problema	13
Formulación del problema.....	13
Evaluación del problema	13
Objetivos de la investigación	14
Justificación e importancia de la investigación.....	15
CAPITULO II	16
MARCO TEÓRICO	16
Antecedentes del estudio	16
Fundamentación Teórica.....	16
La Información	17
La Comunicación.....	19
La Educación	27

Temas Sociales	28
CAPÍTULO III	30
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	30
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	30
Modalidad de la investigación.....	30
Tipo de investigación	30
Población y Muestra.....	31
Operalización de las variables.....	32
Instrumentos de investigación	33
Recolección de la información.....	33
Procesamiento de los datos y análisis	33
Criterios para la elaboración de la propuesta.....	34
Criterios para la validación de la propuesta.....	34
CAPÍTULO IV	36
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	36
LA ENCUESTA	36
CAPÍTULO V	46
PLAN DE NEGOCIOS PARA CREACION DE GAZETA INFORMATIVA EN EL GUASMO SUR	46
1. Análisis Ejecutivo	46
2. Descripción del Negocio	47
3. Descripción del servicio	48
4. Análisis del Mercado	49
5. Análisis FODA	50
CAPÍTULO VI	51
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	51
Conclusiones	51
Recomendaciones	52
Bibliografía y citas	53
ANEXO 1	54

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 OPERALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	32
--	----

ÍNDICE DE GRAFICOS

GRÁFICO: 1 ENCUESTA PREGUNTA 1	37
GRÁFICO: 2 ENCUESTA PREGUNTA 2	38
GRÁFICO: 3 ENCUESTA PREGUNTA 3	39
GRÁFICO: 4 ENCUESTA PREGUNTA 4	40
GRÁFICO: 5 ENCUESTA PREGUNTA 5	41
GRÁFICO: 6 ENCUESTA PREGUNTA 6	42
GRÁFICO: 7 ENCUESTA PREGUNTA 7	43
GRÁFICO: 8 ENCUESTA PREGUNTA 8	44
GRAFICO: 9 ENCUESTA PREGUNTA 9	45

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Facultad de Comunicación Social

Autor: Henry Ernesto Alejandro Moreira

Tutor: Lcda. Beatriz Vallejo MSc.

RESUMEN

La presente investigación nace luego que se definiera como tema de análisis para determinar que en el sector del Guasmo al sur de la ciudad de Guayaquil, no existiera ninguna revista o gazeta informativa que recogiera los problemas sociales del sector con distribución gratuita mediante el proceso de observación y encuesta se llegó a la final conclusión que al sur de la ciudad no existe ningún tipo de revista folleto o gazeta de circulación, distribución gratuita, luego del proceso de validación se formuló las variables de investigación las cuales dieron como resultado que no existe una gazeta informativa de problemas sociales al sur de Guayaquil después de recolectada la información se consideraron las preferencias por el medio escrito. La Gazeta informativa tendría circulación semanal, considerando que servirá para que la población pueda expresar todas sus inquietudes y problemas que le aquejan en su diario vivir. Con una excelente calidad de diseño e impresión se aprovechara para conseguir auspiciantes del sector y empresa privada que ayudaran a financiar la entrega gratuita y por ende la continuidad, además con fotos donde se resalte el espíritu altruista y de compromiso de la población, para sacar a relucir que ellos están en posibilidad de ser un ente de cambio en su comunidad, por consecuencia será más eficaz la llegada al público en general los cuales están segmentados en hombres, mujeres y niños, quienes serán los primeros beneficiados de este proyecto informativo ya que tendrán la oportunidad recibir información veraz, oportuna y amena en lugares donde no se accede a la compra de revistas por costos. Se espera conseguir un acercamiento más activo y propositivo con la comunidad, esto incrementar la autoestima de la gente y motivara a otros para que se sumen al proceso de renovación y de aprendizaje en mejora de su sector.

Comunicación

Temas
Sociales

Educación

Información

INTRODUCCIÓN

Durante varios años el Guasmo sur no se ha considerado como un nicho de negocios para la comercialización de una revista, ya que por ser un sector sumamente vulnerable por falta de recursos financieros y servicios básicos y después de la investigación se determinó que se encuentran en crisis y faltos de información de toda su comunidad y de sus problemas. Se determinó que con la implementación de la Gazeta semanal gratuita, financiada por la venta de publicidad a empresas privadas. Por este medio de información escrito se tiene previsto que los habitantes se informen sobre la realidad de su sector.

- En el Capítulo I se presenta el problema con el planteamiento, ubicación, causas, justificación, delimitación formulación, evaluación, objetivó general y objetivos específicos.
- En el Capítulo II consta del Marco Teórico y se detallará, las bases teóricas.
- En el Capítulo III se observará EL Marco Metodológico del proceso de la investigación y la forma en que se encuestó. Y la determinación de los valores de las muestras conseguidas
- En el Capítulo IV se analizará la investigación realizada, se detallara la información mediante gráficos con porcentajes para mejor entendimiento.
- En el capítulo V se harán las conclusiones y recomendaciones para la propuesta establecida, estas son soportadas científicamente a través del marco lógico y de las encuestas.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del problema

Ubicación del Problema en su contexto

El problema se ubica en el sector del Guasmo Sur de la Ciudad, donde se determinó que no existe ninguna revista semanal por lo que se llevó a cabo un estudio que dio como resultado que sería excelente la difusión de una gazeta informativa. Las revistas, al igual que cualquier otro negocio, requieren de una buena planeación para ser competitivos en el mercado y alcanzar el éxito, por lo cual la venta de publicidad cubrirá los gastos que generen la emisión de la misma.

Situación en conflicto

Este proyecto comprende el proceso de análisis llevado a cabo para iniciar, apertura y finalmente ejecutar la puesta en marcha de del negocio, este estudio solo se centrara en el sector del Guasmo sur. Para desarrollar este plan de negocios se considerara un análisis y estudio de viabilidad y factibilidad del mismo con relación a la localización y el diseño de este nuevo negocio.

Causas del problema y sus consecuencias

Causas

Bajo lo analizado hasta ahora después del proceso de investigación se determinó que las causas de este problema son las siguientes:

1. La no existencia de una gazeta informativa en el sector sur que se distribuya gratuitamente y que toque problemas sociales de esta comunidad.
2. Mala calidad en la información.
3. Los paradigmas de que en el sector sur no es rentable lanzar una gazeta informativa.
4. Falta de motivación por desconocimiento.
5. Falta de interés en la comunidad.

Consecuencias

Después de analizar la información, se determinó que las consecuencias son:

1. No se conoce que existiera ninguna gazeta informativa en el Guasmo sur con distribución
2. Poco interés por difundir información de calidad en el sector.
3. No se ha invertido en ninguna gazeta informativa gratuita.
4. Existe desmotivación por falta de información veraz y amena.
5. Nos conocen que existen a sus alrededores iguales o más problemas parecidos.

Delimitación del problema

Campo: Comunicación

Área: Informativa

Aspecto: distribución Gratuita

Tema: Análisis de la necesidad del conocimiento de los temas sociales en el Guasmo, para la creación de una Gazeta Informativa gratuita

Problema: Falta de una Gazeta informativa en el Guasmo sur que enfoque temas Sociales.

Formulación del problema

¿Cómo implementar un plan de negocios para la creación de una Gazeta Informativa en el Guasmo Sur que enfoque problemas Sociales?

Evaluación del problema

Delimitado: Porque tiene un territorio determinado y una población definida.

Claro: porque en la investigación se ha detallado todo lo necesario para que el proyecto sea factible.

Evidente: Ya que en este problema se presenta en el Guasmo sur que no cuenta con una Gazeta Informativa gratuita.

Original: Con la investigación se determinó que sería la primera Gazeta Informativa del sector.

Relevante: ya que cubre y hace partícipe a los habitantes del sector para desarrollar este proyecto.

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Obtenidos desde las variables de la investigación se determinó:

- Diseñar y elaborar un plan de negocios para la creación de una Gazeta Informativa que enfoque temas Sociales en el Guasmo sur con distribución gratuita.

Objetivos específicos

- Analizar el mercado y elaborar estrategias de Marketing y Ventas para la difusión de la Gazeta Informativa.
- Definir una estrategia financiera para validar la factibilidad de la inversión en este negocio.
- Realizar un análisis del FODA, para determinar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la Gazeta Informativa
- Desarrollar una estrategia para la Operación de la Gazeta
- Hacer partícipe a la población para llevar a cabo este proyecto.
- Desarrollar el Organigrama Institucional, definir las funciones y el personal que se requiere.

Justificación e importancia de la investigación

El autor justifica en este proyecto, que lo importante es que la comunidad se va a sentir comprometida con la Gazeta Informativa porque los va a ayudar a dar a conocer sus problemas y necesidades en este sector sur de la Ciudad, ya que siempre se han sentido relegados, aislados en lo que tiene que ver a medios impresos de circulación gratuita, creando así una atmosfera de comunión con la comunidad y el medio.

Además esto les servirá a los profesionales y público en general para dar a conocer sus servicios que ellos ofrecen, considerando la gran población existente.

Tomando en cuenta que es su medio de comunicarse con su entorno y dar a conocer posibles alternativas de solución a sus necesidades.

Esto aumentara su autoestima ya que serán escuchados y serán sus propios portavoces de todas sus inquietudes.

Finalmente lo que se quiere es que personas del sector sean actores fundamentales dentro de la Gazeta Informativa, para darle mayor compromiso y la sientas como suya.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes del estudio

Con el objeto de dar fundamento al proyecto de investigación y entender sus bases, esta sección explica detalladamente el concepto y la viabilidad del plan de negocio.

La investigación está orientada a la creación de una pequeña empresa. Se estudian los componentes determinantes del plan de negocio –las operaciones, el mercado, las personas, las oportunidades, la mercadotecnia, la administración y los temas financieros. Se tomarán como referencia principal dos modelos de planes de negocios y se analizarán los factores de una planeación eficaz.

Fundamentación Teórica

La actual investigación está respaldada en la información de varios autores en sus libros, estos se fueron referenciando adecuadamente, refirieron adecuadamente las variables observadas.

La Información

“El Estado garantizara el derecho a acceder a fuentes de información, a buscar, a recibir, reconocer, y difundir información objetiva, veraz, plural y oportuna y sin censura previa, de los acontecimientos de interés general, se preserve los valores de la comunidad, especialmente por parte de periodistas y comunicadores sociales.

Asimismo garantizara la cláusula de conciencia y el derecho al secreto profesional de los periodistas y comunicadores sociales, o de quienes emiten opiniones formales como colaboradores de los medios de comunicación.

No existirá reserva respecto de informaciones que reposen en los archivos públicos, excepto de los documentos para los que tal reserva sea exigida por razones de defensa nacional y por otras causas expresamente establecidas en la ley.

Los medios de comunicación social deberán participar en los procesos educativos, de promoción cultural y preservación de valores éticos. La ley establecerá los alcances y limitaciones de su participación.

Se prohíbe la publicidad que por cualquier medio o modo promueva la violencia, el racismo, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y cuando afecte a la dignidad del ser humano”

CONSTITUCION POLITICA DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR
TITULO III
CAPITULO 4

Debemos precisar que en este texto se da las garantías necesarias para que se tenga total acceso a la información, sin ningún tipo de limitaciones o restricciones.

“El periodista es el profesor que se encarga de recolectar, organizar y dar a conocer al público de manera objetiva y fidedigna los hechos de interés público.

Entre sus actividades está el esclarecer e interpretar hechos, problemas, realizar entrevistas encuestas, redactar, editar y locutor.

Dentro de su rol esta decir la información con la verdad y objetividad necesaria.

El respeto a la vida privada y a la dignidad a la privacidad de las personas son sus pautas”

Ética Profesional
Lupe Bonilla de Sandoval

Debemos hacer hincapié en lo importante que es el trabajo del periodista, el cual tiene una altísima responsabilidad al momento de dar a conocer una noticia o un hecho importante, debe de estar preparado para ser objetivo y siempre como fundamento principal decir la verdad.

La Comunicación

(León, 2005) “La comunicación es el proceso mediante el cual dos o más personas intercambian conocimientos y experiencias” (p.11)

La comunicación constituye una de las muchas cualidades de los seres humanos, sin embargo es la decisiva en la etapa de la evolución que permite que se desarrolle y evolucione en sociedades que buscan satisfacer necesidades comunes y más aún, resolver problemas que afectan al conjunto llamado sociedad.

La naturaleza, ha delegado a varias especies la capacidad de comunicarse, y muchas de ellas han creado sociedades, pero ninguna más que la del hombre ha desarrollado pensamientos lógicos, libre albedrío, razonamiento y discernimiento de las situaciones que se van presentando en soledad y comunidad.

Para comunicarse se establecieron varios elementos intervinientes, entre ellos el lenguaje y la simbología, pero en términos generales el lenguaje incluye dos funciones según León (2005) “La cognoscitiva, que nos permite razonar, adquirir conocimiento y desarrollarlo, y la comunicativa, orientada hacia la transmisión de mensajes de toda índole”. (Pág...13)

Debemos estar claros que el proceso de comunicación es de doble vía, debemos tener un emisor y un receptor y por ende un mensaje.

Los seres humanos estamos dotados y privilegiados de haber desarrollado de gran manera la comunicación.

(León, 2005)El punto de partida del circuito está en el cerebro de la persona que inicia la comunicación, A, donde los hechos de la conciencia, que llamaremos conceptos, se hallan asociados a las representaciones de las palabras (signos lingüísticos) o imágenes acústicas que sirven de expresión. En el cerebro del hablante se genera un concepto que desencadena su imagen acústica correspondiente, es decir, se realiza un proceso psíquico, seguido a su vez de un proceso fisiológico, cuando el cerebro transmite a los órganos de la fonación un impulso correlativo a la imagen y se articulan las palabras. Posteriormente, las ondas sonoras se propagan de la boca de A al oído de B, se realiza un proceso físico (acústico). Cuando B recibe el mensaje a través del oído, se lleva a cabo un proceso fisiológico en el que participan los órganos de la audición; luego se realiza un proceso psíquico en la mente de B, cuando interpreta el mensaje a su vez la respuesta correspondiente (p.15)

La comunicación humana es un proceso artificial. Descansa sobre artificios, sobre invenciones, sobre instrumentos, esto es, sobre símbolos que han sido ordenados en códigos. Los hombres no se entienden los unos a los otros de un modo “natural”. Al hablar no salen tonos “naturales” como en el canto del pájaro, y el escribir no es tampoco un gesto “natural” como el baile de las abejas. De allí que la teoría de la comunicación no sea ninguna ciencia natural, sino que pertenece a aquellas disciplinas que tienen que ver con los aspectos no naturales del hombre, y que alguna vez fueron llamadas “ciencias del espíritu”. La designación norteamericana de “humanities” da con la esencia de tales disciplinas de una forma más exacta.

Sólo en este sentido puede llamársele a él un animal social, un zoom politikón. Se dice que es un idiota (originalmente: una “persona privada”), cuando no ha aprendido a servirse de los instrumentos de la comunicación (p. ej., de un lenguaje). La idiotez, ser humano imperfecto es una carencia de arte. Por cierto que existen también relaciones entre los hombres que son “naturales” (como la existente entre la madre y el lactante, o en las relaciones sexuales) y se podría afirmar de ellas que

son las formas de comunicación más originarias y fundamentales. Pero no son lo más característico de la comunicación humana y están contaminadas por lo demás por conceptos artificiales (“influenciados por la cultura”).

El carácter artificial de la comunicación humana –el hecho de que él se entienda con los otros hombres a través de artificios- no siempre es algo consciente para el hombre. Luego de haber aprendido un código tendemos a olvidar su artificialidad. Una vez que hemos aprendido el código de los gestos, no se piensa nuevamente que el asentir con la cabeza sólo significa un “sí” para aquellos que se sirven de tal código. Los códigos (y los símbolos, de los que están hechos) se convierten en una especie de segunda naturaleza, y el mundo codificado en el que vivimos –el mundo de los fenómenos significativos como el movimiento de la cabeza, las señales del tránsito y los muebles- nos hace olvidar el mundo de la “primera naturaleza” (el mundo significativo). En último término, este es el objetivo del mundo codificado que nos rodea: hacernos olvidar que él es un tejido artificial, que llena de significado a la insignificante naturaleza, en sí y para sí carente de significado, y que se adecua a nuestros requerimientos. El objetivo de la comunicación humana es hacernos olvidar el contexto falto de significación en el que nos hallamos por completo solos e incomunicados, es decir, aquel mundo en el que nos hallamos condenados a la prisión individual y a morir: el mundo de la “naturaleza”.

Obviamente que, con un saber así, acerca de la soledad y de falta de sentido, no se puede vivir. La comunicación humana teje un velo del mundo codificado, un velo de arte y de ciencia, de filosofía y de religión en torno a nosotros y lo teje cada vez más denso, para que nos olvidemos de nuestra propia soledad y de nuestra muerte, y también de la muerte de aquellos a quienes queremos. Dicho brevemente, el hombre se comunica con los demás, es un “animal político”, no porque él sea un

animal social, sino porque él es un animal solitario, que es incapaz de vivir en soledad.

La teoría de la comunicación se ocupa del tejido artificial que hace que nos olvidemos de la soledad y es, por esto, una humanidad. Por cierto que no es este el lugar para dilucidar la diferencia entre “naturaleza”, por una parte, y “arte” (o “cultura” o “espíritu”), por la otra. Pero la consecuencia metodológica de constatar que la teoría de la comunicación no es ninguna ciencia natural, debe ser puesta en palabras. Alrededor de fines del siglo 19 se había aceptado, en términos generales, que las ciencias naturales explican los fenómenos, en tanto que las “ciencias del espíritu” los interpretan. (Por ejemplo, se explica una nube si se la remite a sus causas, y se interpreta un libro, si se apunta a su significado) Según esto, la teoría de la comunicación sería una disciplina interpretadora: ella tendría que ver con los significados.

Lamentablemente hemos olvidado lo ingenuo que resulta creer que los fenómenos mismos demandan o una explicación o una interpretación. Las nubes pueden ser interpretadas (los adivinos y algunos psicólogos hacen esto) los libros pueden ser explicados (los materialistas históricos y algunos otros psicólogos hacen esto). Parece que un asunto se convierte en “naturaleza”, en el momento en que se lo explica y se torna “espíritu”, cuando nos decidimos a interpretarlo. Según esto, en general, para un cristiano todo sería “arte” (esto es, obra divina) y para un filósofo ilustrado del siglo 18, en general, todo sería “naturaleza” (a saber, en principio, explicable). La diferencia entre ciencia natural y “ciencia del espíritu” no habría que referirla, por lo mismo, al asunto, sino a la postura del investigador.

Sólo que esto no se corresponde con el estado efectivo de las cosas. Es verdad que todo puede ser “humanizado” (p. ej., leer las nubes) y todo

puede ser “naturalizado” (p. ej., descubrir las causas de los libros). Empero, con esto, hay que hacerse consciente de que el fenómeno investigado, en cualquiera de los dos modos de proceder, muestra diferentes aspectos y que, por lo tanto, no tiene mucho sentido hablar de un “mismo fenómeno”. Una nube interpretada no es la nube de los meteorólogos y un libro explicado no tiene nada que ver con la literatura.

Si uno empleara lo que acabamos de decir en los fenómenos de la comunicación humana, entonces reconoceríamos el problema del cual hemos estado hablando. En efecto, si se intenta explicar la comunicación humana (por ejemplo, como un desarrollo continuo de la comunicación del mamífero, como consecuencia de la anatomía humana o como método de transferencia de informaciones), se hablaría entonces de un fenómeno diferente a que si se lo intentase interpretar (o mostrar lo que este significa). El presente trabajo propone tener a la vista este hecho. En consecuencia, la “teoría de la comunicación” ha de ser entendida como una disciplina interpretativa (a diferencia, por ejemplo, de la “teoría de la información” o “informática”), y la comunicación humana ha de ser vista como un fenómeno significativo y por interpretar.

La no naturalidad de este fenómeno, que se hace visible bajo el punto de vista interpretativo no ha sido comprendida aún del todo con la artificialidad de sus métodos, ni con la producción intencional de los códigos. La comunicación humana no es natural, incluso hasta antinatural, porque ella intenta almacenar la información adquirida. Ella es “de entropía negativa”. Se puede afirmar que la transferencia de información adquirida, de generación en generación, es un aspecto esencial de la comunicación humana y expone una característica del hombre en general. El que es un animal, que ha inventado la triquiñuela de poder acumular un montón de información adquirida.

Es cierto que en la “naturaleza” existen también tales procesos en trópicos negativos. A modo de ejemplo, podríamos considerar el

desarrollo de la biología como una tendencia a alcanzar formas cada vez más complejas, hacia una acumulación de informaciones –como un proceso que conduce a configurar estructuras cada vez menos probables. Lo que nos permitiría decir que, la comunicación humana presentaría un último estadio provisorio en este proceso de desarrollo – en todo caso, cada vez que se intenta explicar el fenómeno de la comunicación humana. Pero se hablaría entonces de un fenómeno diferente al que aquí se menciona.

Visto desde el punto de vista explicativo de la ciencia natural, el amontonar información es un proceso que se juega a espaldas de un proceso mucho más vasto, orientado hacia la pérdida de información, para desembocar finalmente en ésta: un epiciclo. Efectivamente, la encina es más compleja que la bellota, pero ella se convierte finalmente en ceniza, la cual es menos compleja que la bellota. Efectivamente, la estructura del cuerpo de una hormiga es más compleja que la estructura de la ameba, pero la tierra acercándose al sol y todo el epiciclo biológico, finalmente, se transforman en cenizas, en donde esta ceniza una vez más se convierte en algo menos complejo que la ameba. Los epiciclos del aseguramiento de la información son efectivamente improbables, pero estadísticamente posibles, y han de desembocar de todos modos y por igual, estadísticamente, por la segunda ley de termodinámica, en lo probable.

De un modo completamente diferente y exactamente a la inversa, esta tendencia en trópica de la comunicación humana negativa aparece cuando se la intenta interpretar en lugar de explicar. Es entonces cuando la acumulación de información no se vuelve un proceso estadísticamente menos probable, aunque posible, sino que es captada como un tentativa humana –no, por tanto, como una consecuencia del azar y la necesidad, sino de la libertad. El almacenamiento de las informaciones adquiridas no es interpretado como un caso excepcional de la ley de termodinámica (como acontece en la informática), sino como una intención antinatural

del hombre que está condenado a morir y, en verdad, quizá de la siguiente manera:

La tesis de que la comunicación humana sea un artificio frente a la soledad dispuesta hacia la muerte, y la tesis de que ella sea un proceso que se mueva en sentido contrario a la tendencia general de la naturaleza, dirigida por la entropía, sostienen las dos la misma cosa. La tendencia obstinada de la naturaleza de dirigirse hacia estados cada vez más probables, hacia la acumulación, hacia las cenizas (hacia la “muerte calórica”), no es sino el aspecto objetivo de la experiencia subjetiva de nuestra estúpida soledad y de nuestra condena a morir. Tanto desde el punto de vista existencial –como intento de superar la muerte en comunidad con otros- así como también desde el punto de vista formal – como intento de almacenar y producir informaciones- nuestra comunicación aparece como el intento de negar la naturaleza, y esto no sólo atañe a la “naturaleza” allí afuera, sino también a la “naturaleza” del hombre.

Si interpretásemos nuestro compromiso con la comunicación de esta forma, las reflexiones estadísticas (y, en principio, las cuantificadoras) se transformarían luego en insignificantes. La pregunta acerca de qué probabilidad tengan las piedras y los ladrillos de agruparse en una ciudad y cuándo es que vuelvan a desmoronarse en un montón de escombros, sería entonces una falsa pregunta. La ciudad ha nacido por una intención de darle un significado al sin sentido de la existencia echada hacia la muerte. La pregunta acerca de cuántos monos y cuantos años han de golpearse máquinas de escribir para poder tapear de “manera necesaria” la Divina Comedia es entonces una pregunta carente de significado. La obra de Dante no debe ser explicada por lo tanto desde sus causas, sino que debe ser interpretada a partir de sus intenciones. Luego tampoco se puede medir con la escala que emplean los científicos naturales el compromiso humano por el almacenamiento de la información frente a la muerte. El test del carbono mide el tiempo

natural ejemplarmente en la pérdida de información de los átomos radioactivos específicos. Con todo, el tiempo artificial de la libertad humana (el “tiempo histórico”) no es posible medirlo mediante la inversión de la fórmula empleada en el test del carbono, como acumulación de informaciones. La acumulación de información no es entonces la medida de la historia, sino tan sólo, por así decir, los restos muertos de la intención impulsora de la historia frente a la muerte, por tanto, de la libertad.

Lo importante es retener de ello, que no existe contradicción alguna entre el acercamiento interpretativo y el acercamiento explicativo en la comunicación, entre la teoría comunicacional y la informática. Un fenómeno no es una “cosa en sí”, sino una cosa que aparece al interior de una consideración, y por esto no tiene mucho sentido hablar con dos tipos de consideración de la “misma cosa”. Considerado desde el punto de vista de la informática, la comunicación es un fenómeno diferente del que se da a la vista de este trabajo. En la informática, la comunicación es un proceso “natural” y tiene ser dilucidado por tanto de un modo objetivo. Aquí, la comunicación es entendida como un proceso antinatural y tiene que ser interpretada de manera intersubjetiva. En algún lugar tendrán que interceptarse los dos campos de la visión. Lo común de las dos perspectivas podría ser asumida, entonces, desde una tercera perspectiva. Sin embargo, esto se halla más allá del propósito del presente trabajo. Su punto de vista es uno “humanista”; pues trata de la comunicación humana como un fenómeno de la libertad.

Vilem Flusser
Kommunikologie. Frankfurt/Main 2003
Tercera edición, 9-15

Vilém Flusser, expresa claramente, que el desconocer el proceso de comunicación nos hace idiotas, ya que no usamos la herramienta más importante del hombre el habla.

La Educación

A medida que la educación cobra carácter más universal, gracias a la facilidad y al alcance de las comunicaciones, el examen de la educación se ha convertido naturalmente en actividad más intensa y más profunda. Por lo tanto, meramente en virtud de su situación temporal, las formulas experimentalistas de educación han atraído atención a mucho mayor y más inmediata que cualquiera de las posiciones educacionales anteriores.

El debate actual sobre política educacional es en gran medida, si no especialmente, sobre si es conveniente la influencia experimentalista en la educación moderna.

Los elementos fundamentales del enfoque experimentalista se han convertido, en conjunto, en características de la educación moderna que están muy difundidas, si no aceptadas de manera general.

Pocos se inclinan a discutir sus principios, pero hay amplias diferencias respecto de la aplicación, y el análisis y la evaluación de la posición experimentalista han sido temas de muchas obras importantes en los años transcurridos desde la Segunda Guerra Mundial.

Gordon C. Lee
Educación e Ideales Democráticos
Pág. 226

Temas Sociales

Si uno hace una revisión de la prensa diaria y de los informativos de la televisión, no solo aquí en Guayaquil, Quito o en cualquier lugar del mundo con lo primero que se encontrara es con un conjunto de hechos y eventos sociales que muestran y evidencian la existencia de una sociedad insegura, temerosa y llena de peligros, violenta, donde jóvenes y adultos, hombres y mujeres, niños y ancianos viven bajo el síndrome de la inseguridad, la agresión y los hechos “sin razón”.

Estos hechos y evidencias de cualquier país y de cualquier ciudad, parecen confirmar lo que Ulrich Beck llama “la sociedad del riesgo”.

Pero paradójicamente, sucede que la misma sociedad que no puede dar seguridad ni garantizar el respeto a la vida humana y la plena vigencia de los derechos humanos es la misma sociedad que tiene grandes logros científicos, tecnológicos.

La misma sociedad insegura, violenta, agresiva, inestable, donde los valores humanos, sociales éticos y morales, etc., tanto los individuos como los colectivos, se fragilizan, se los hace porosos, se los estira hasta volverlos elásticos.

Willington Paredes R.
Las Ciencias Sociales y el Malestar en los Valores
Pág. 11-12

(Robbins, 2004) APRENDIZAJE SOCIAL Los individuos también pueden aprender observando lo que les sucede a otras personas, o simplemente con que se les informe acerca de algo, lo mismo que por experiencia directa. Por ejemplo, mucho de lo que hemos aprendido viene de observar modelos: padres, maestros, compañeros, actores de cine y televisión, jefes, etcétera. A este punto de vista de que podemos aprender tanto por observación como por experiencia directa se le ha llamado teoría del aprendizaje social. (p.118)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El método científico constituye un mecanismo para acercar a los investigadores a la realidad, mediante las técnicas y procedimientos, se pueden crear criterios y evaluaciones como lo dicho por BUNGE (1959) “las ciencias difieren solo en las tácticas que usan para la resolución de sus problemas particulares, pero todas comparten el Método Científico”. (p. 23).

Modalidad de la investigación

El autor encontró que la modalidad a aplicarse es la de proyecto factible con investigación de campo, que consiste en la investigar, elaborar y el desarrolla runa propuesta para la creación de una gazeta informativa gratuita, para la resolución de un problema, que está claramente descrito en el capítulo uno. Según (Festinger & Katz, 1992)...la más importante diferencia reside en que en la investigación de campo se trata de estudiar una única comunidad o a un único grupo en términos de estructura social (pág.68).

Tipo de investigación

La investigación se aplica a una modalidad de campo, del tipo explorativa y descriptiva transversal, pues explora lo que está pasando y encuentra los componentes generales del estudio y descriptivo porque registra, analiza e interpreta la naturaleza y composición de los procesos o fenómenos para luego presentar una interpretación correcta.

Apoyados por los principios de (Sabino, 2005) que nos dice que los estudios de campo, nos lleva a recabar información de una forma directa de la realidad mediante un trabajo concreto con los datos encontrados de primera mano, es decir en su forma original.

Además nos dice (Gem05) que: “La investigación descriptiva transversal supone un corte en el tiempo para analizar, determinados aspectos y sacar conclusiones, sin fundamentar el procedimiento en la búsqueda de relaciones causa-efecto”. (pág.45) El tipo de la investigación es descriptiva, pues nos orientamos a recolectar información en relación a las personas que habitan el Guasmo sur.

Población y Muestra

Población

Según (Ramirez T. , 2004) la población es un subconjunto del universo, está conformado en atención a un número de variables que se van a estudiar, estas variables se hacen en particular a un grupos de personas, teniendo similares características que lo denotan de otro, en este caso los habitantes del sector del Guasmo sur.

Muestra

Para la muestra la determinación de la investigación se tomara como muestra 341 personas del sector.

Fórmula para hallar una población FINITA = $(Z^2NPQ) / (d^2(N-1)+Z^2P.Q)$			
NIVEL DE CONFIANZA:	95%	Z =	1.96
ERROR DE ESTIMACIÓN:	5%	d =	0.05
PROBABILIDAD DE ÉXITO:	50%	P =	0.5
PROBABILIDAD DE FRACASO:	50%	Q =	0.5
POBLACIÓN:		N =	150,000

MUESTRA:	?	n: = 341
----------	---	-------------

Operalización de las variables

La definición operacional, está basada principalmente en los principios de los procedimientos, que nos indicarán si las variables están conceptualmente bien definidas. El autor debe definir bien todos los indicadores para realizar la recolección de los datos para luego la información sea correctamente evaluada.

TABLA 1 OPERALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE	TIPO DE VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADOR
Plan de negocios para la creación de una Gazeta Informativa que con temas sociales en el Guasmo Sur de Guayaquil	Independiente	Información, Comunicación y entretenimiento	100% aceptada la creación de una Gazeta Informativa gratuita en el Guasmo Sur de Guayaquil

Fuente: Elaboración propia

Instrumentos de investigación

Las encuestas serán necesarias para determinar los registros que debemos encontrar en la investigación, para tomar las decisiones de implementación como lo denota la variable independiente, las encuestas en lo que se refiere a determinar cómo se está estableciendo la comunicación actualmente

Recolección de la información

Todos los datos se tomarán de las herramientas de la investigación, es decir de las encuestas realizadas, las preguntas irán acorde a las variables investigadas, que permitan medirla y establecer criterios válidos.

Procesamiento de los datos y análisis

Se utilizó el Excel para la tabulación de la información y la posterior diagramación

“...la parte de la estadística que trata de captar información representativa de una población para deducir o inferir conclusiones válidas” (Sabino, 2000, citado por Barreras, 2002, p.68).

La estadística primo en esta investigación para encontrar los valores más representativos de la tabulación.

Criterios para la elaboración de la propuesta

El libro de metodología de la investigación Hernández, Fernández & Baptista hablan de la normas de elaboración, presentación y evaluación de los datos recolectados, el autor debe ser preciso en el momento de hacer la encuesta, para establecer la correcta implementación del proyecto factible, el tutor Ing. certificará que las encuestas cumplan con los parámetros requeridos, útiles y necesarios para la propuesta de la creación de una Gazeta informativa en el Guasmo Sur de Guayaquil.

Criterios para la validación de la propuesta

La confiabilidad se define como el grado en el que la aplicación repetida de un instrumento de medición al mismo fenómeno genera resultados similares (Hernández, et al, 2003).

La confiabilidad se calcula mediante la aplicación de la prueba “Alfa de Cron Bach”:

Se define validez como el grado en el que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir (Ibídem, 2003).

La validez total se compone de la validez de contenido, validez de criterio y validez de constructo.

$$VT = VC+ VC + VC$$

La validez de contenido: Grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide. La validez de criterio: Establece la validez de un instrumento de medición comparándola con

algún criterio externo.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

LA ENCUESTA

El autor muestra los análisis y las interpretaciones de los resultados derivados de los cuestionarios realizados para la obtención de la información del estudio. La tabulación permitió diferenciar varias oportunidades pero serán oportunamente determinadas en las conclusiones de la investigación.

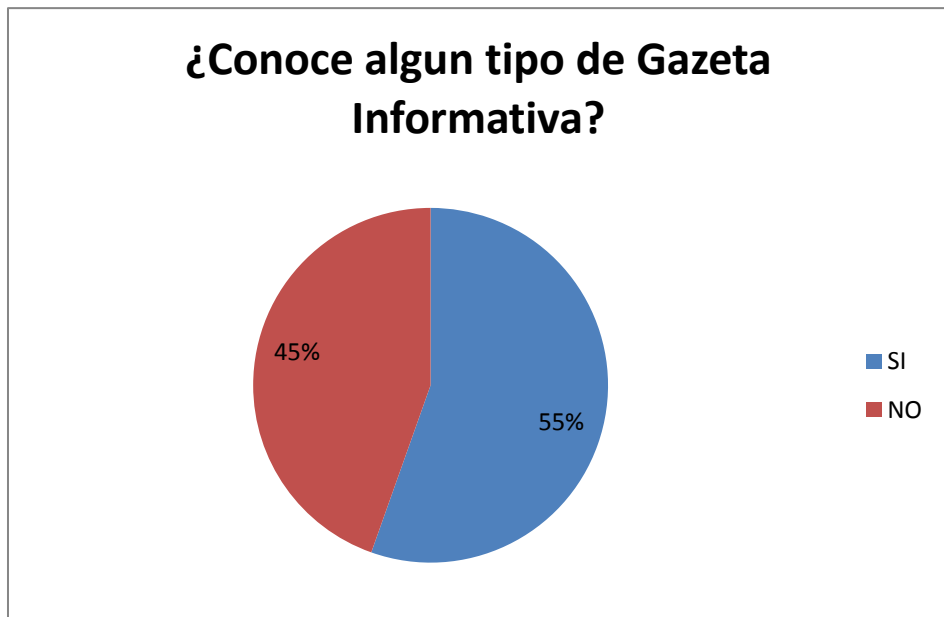
A continuación se presentan los gráficos con su respectiva interpretación o análisis para cada ítem, las preguntas respondidas por la población encuestada, fueron tomando en consideración la dimensión a la cual pertenece.

Se permitió buscar las variables necesarias para establecer la propuesta final de la creación de una Gazeta informativa en el Guasmo Sur.

Los gráficos fueron hechos en tipo torta con tajadas porcentuales de las respuestas para poder tener una visualización más exacta de los resultados buscados en la investigación.

A continuación el análisis:

GRÁFICO: 1 ENCUESTA PREGUNTA 1

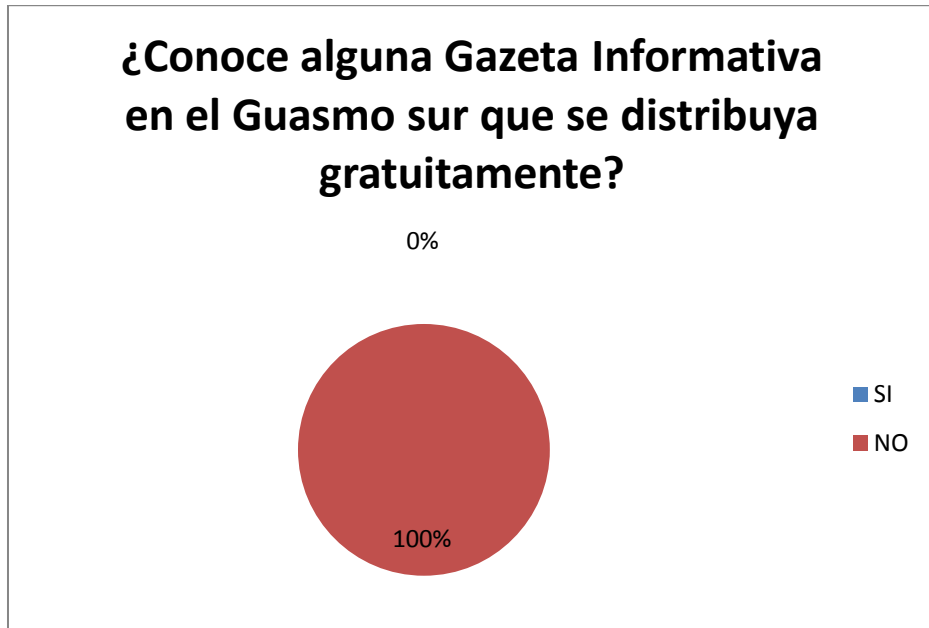


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Después de realizado el análisis, se determino que el 55% de la población encuestada, determino que si conocía un medio de información.

El 45% de la muestra confirmo que no conocía ninguna gazeta informativa, por lo cual se hace necesaria la implementación de la misma.

GRÁFICO: 2 ENCUESTA PREGUNTA 2



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Se determino que del total de encuestados en el Guasmo sur no conocían de ninguna gazeta informativa que se distribuya gratuitamente, por lo cual sería un negocio rentable su implementación en el sector.

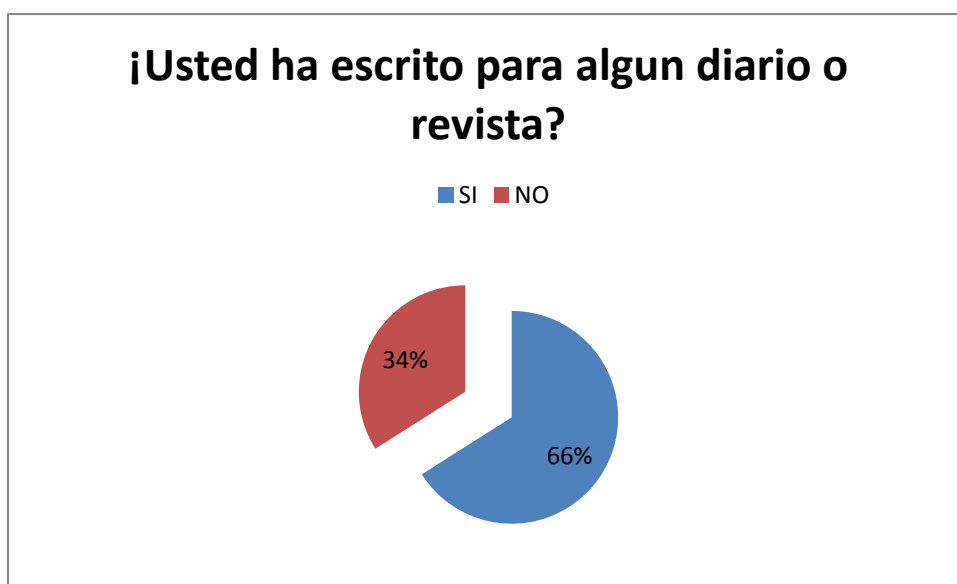
GRÁFICO: 3 ENCUESTA PREGUNTA 3



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Después de la investigación, se determinó que el 40% de los encuestados, estaban de acuerdo en que se incluyan temas de su comunidad, lo que indica que si están preocupados de saber lo que pasa a su alrededor. El 18% se interesó en temas noticiosos, el 13% en temas de cultura, el 12% en temas de deportes, el 10% en temas de farándula y el 7% en otros.

GRÁFICO: 4 ENCUESTA PREGUNTA 4

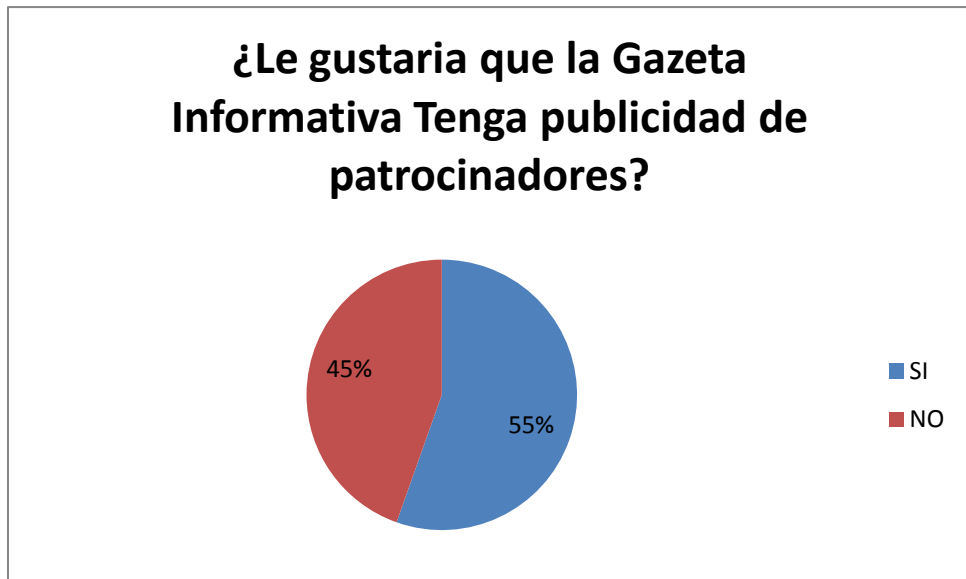


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Después de la tabulación de datos se determinó que el 1% de los encuestados, había escrito en una revista.

Tomando en consideración que el 99% de la muestra no ha escrito en ningún diario o revista, sería muy productivo que la población del sector del Guasmo se haga parte activa de este diario escribiendo sus problemas e inquietudes, esto les dará sentido de pertenencia.

GRÁFICO: 5 ENCUESTA PREGUNTA 5



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Después de realizada la tabulación de datos, se determino que el 55% de la muestra, estaba de acuerdo que tenga publicidad de patrocinadores, por lo cual sería muy importante para las empresas que deseen publicitar sus productos o servicios.

GRÁFICO: 6 ENCUESTA PREGUNTA 6



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

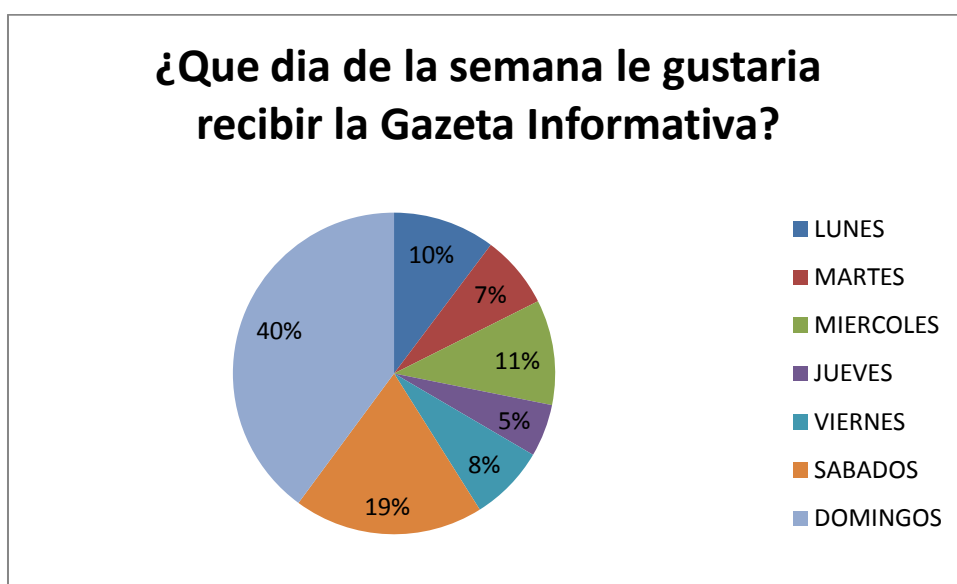
Tabulados los datos de la encuesta, se determino que el 65% de la muestra desea recibir diariamente la gazeta informativa.

El 24% está de acuerdo en recibirla semanalmente.

El 7% respondió que recibiría la gazeta informativa quincenal y el 4% recibiría mensualmente.

Se debe determinar si se está en condiciones de entregar diariamente la gazeta informativa.

GRÁFICO: 7 ENCUESTA PREGUNTA 7



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Después de tabular los datos se determino que el día más propicio para recibir la gazeta informativa seria el domingo con un 40% de aceptación, por lo tanto se debe definir si es conveniente una vez por semana emitir este medio informativo.

Otro dato importante es el sábado que obtuvo el 19% de aceptación.

GRÁFICO: 8 ENCUESTA PREGUNTA 8



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Se determino en la tabulación de datos que el 71%, si le gustaría escribir en la gazeta informativa.

GRAFICO: 9 ENCUESTA PREGUNTA 9



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Después de realizar las tabulaciones se determino que el 66% de la población está de acuerdo que, con este medio de información si se podrá ayudar a solucionar sus problemas en su sector o comunidad.

CAPÍTULO V

PLAN DE NEGOCIOS PARA CREACION DE GAZETA INFORMATIVA EN EL GUASMO SUR

1. Análisis Ejecutivo

La forma de cómo generemos la venta de la publicidad con nuestros posibles socios estratégicos es de vital importancia para la permanencia en circulación de esta Gazeta Informativa.

Manteniendo la filosofía de ganar-ganar es imprescindible, que este proyecto empiece de inmediato, cumpliendo todos los tramites que se exige la ley para su correcto funcionamiento. Contando además con personal capacitado y apto para que cumplan sus funciones y responsabilidades a cabalidad.

El departamento de ventas tiene una altísima responsabilidad por lo cual se debe de contar con profesionales en la materia para que generen las alianzas con los diferentes negocios o empresas que estén acordes para publicitar sus productos o servicios.

Debemos estar claros que por el hecho de ser nuevos se estará expuesto a cometer errores, pero dependerá mucho de la facilidad de respuesta del personal encargado para solucionar de inmediato cualquier inconveniente que se presente.

Cumpliendo los compromisos adquiridos con nuestros socios y público lector, debemos apuntar a expandir la distribución y por ende el crecimiento de este medio informativo.

2. Descripción del Negocio

La gazeta informativa tendrá la particularidad de ser distribuida gratuitamente en el sector, está dirigida al público en general en un segmento medio bajo, por lo cual se hace muy atractiva comercialmente ya que los diferentes auspiciantes sentirán un incremento sustancial en sus ventas y sus productos y servicios serán reconocidos con mayor rapidez.

El contenido tendrá que generar interés y expectativa, con un lenguaje claro y sencillo comprensible para todo público, brindando información veraz y oportuna

Estará dividido en varias secciones: noticias, entretenimiento, salud, educación, farándula y dos espacios importantes Mi comunidad y Deportes, los cuales tendrán preferencia en el momento de la distribución. Además la sección donde los habitantes enviaran sus quejas o cartas para que se publiquen.

El área de la publicidad deberá ser distribuida dependiendo de la importancia de la noticia, y los clasificados básicos se incluirán en la parte final del diario.

Al final se tendrá que realizar la evaluación respectiva para determinar los puntos que tenemos que potenciar y de ser necesario cambiar lo que no esté funcionando.

3. Descripción del servicio.

El servicio de la Gazeta Informativa será brindado por todo el personal inmerso en este negocio, no está demás mantener y reafirmar nuestro compromiso con la comunidad brindado información transparente clara y oportuna, no ocultando el lado humano de la comunicación.

Nuestros servicios tendrán la facilidad de ser más cercanos a la comunidad y por ende ser más directos, ventaja que debemos aprovechar en la comercialización de los diferentes anuncios a las empresas que ofrecerán sus productos o servicios.

Esta actividad se desarrollara con los más altos valores que nos competen: Calidad, Compromiso, Honestidad, Trabajo en Equipo, todos estos elementos deben permitir ser una herramienta positiva y propositiva en un cambio beneficioso para la comunidad y socios estratégicos. Esto debe ser una marca en el diario gestionar de las actividades de la Gazeta Informativa.

4. Análisis del Mercado

La Gazeta Informativa está dirigida a un público de clase social media baja, con un rango de edades comprendida desde los 12 hasta los 65 años de edad.

Para la distribución de la gazeta no sería un problema ya que es gratuita, eso nos permitirá llegar a más personas sin ningún tipo de restricción.

Además es necesario mencionar que existirían limitantes en el momento de la venta de los diferentes espacios publicitarios, los cuales considerarían que somos nuevos en este mercado y que si pautan con nosotros no estarían seguros que sus ventas se incrementarían por lo cual se debería hacer un trabajo más técnico en este sentido

La mayor responsabilidad estará en el cumplimiento del primer ejemplar, para demostrar que la seriedad es una de nuestras virtudes, y eso nos abriría más opciones de mercado en el momento de vender los espacios publicitarios.

5. Análisis FODA

F	O	D	A
Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Distribución Gratuita	La existencia de un gran público receptor de información	Poca experiencia en la Administración de una empresa	Poca aceptación por parte de los futuros auspiciantes
Conocimiento de estrategias comerciales	Precios razonables por la venta de espacios publicitarios	Falta de equipos para la producción, por lo cual se debe contratar a terceros.	Diarios de circulación de igual características
Personal Capacitado y con experiencia.	No existe otra Gazeta Informativa gratuita en el sector sur	Impuntualidad de los proveedores en la entrega de los servicios o productos solicitados	Acceder a créditos por ser nuevos no tendríamos garantías que nos respalden
Actitud Positiva		Poca infraestructura física	Competencia desleal

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La comunicación como se conocía ha evolucionado y tenemos la enorme responsabilidad de estar a la altura de las nuevas tendencias comunicacionales, debemos ser los primeros en aceptar este proceso de evolución beneficioso para toda la sociedad

Conclusiones

Es necesario que se reconozca la labor del comunicados en la actualidad, porque más allá de ser un proveedor de noticias, es el que genera emociones por sus reportajes.

Es así que no solo se puede limitar a trabajar en un medio de comunicación existente, sino que está en la facultad de crear opciones de trabajo propias y generar fuentes de trabajo a otros comunicadores.

En esta era de conocimiento global, los tiempos han cambiado y el periodismo igual, así que debemos estar atentos a estos cambios y por ende adaptarnos.

Se demuestra una vez más que si es viable emprender un negocio de comunicación, durante toda esta investigación se determinó que es factible y viable, no con eso significa que será sencillo, más bien será un mundo de grandes desafíos de muchas situaciones complejas, pero también de muchas satisfacciones.

Es el momento del cambio y debemos estar dispuestos a enfrentarlo y seguir.

Recomendaciones

Se recomienda primero trabajar con los habitantes del sector para discutir sus necesidades. Problemas.

Se recomienda llevar un control sobre las cuentas e inventarios de lo que se refiere a la empresa.

Se recomienda mantener una excelente comunicación con todo el personal de la Gazeta.

Se recomienda que en el ejercicio de la profesión se mantenga un estilo periodístico veraz, oportuno con calidad humana y sobretodo honesto.

Se recomienda también mantener actualizado en todos los aspectos que se refiere a la comunicación y tecnología, esto los motivaría para desempeñar mejor sus funciones

Se recomienda revisar los costos de los anuncios publicitarios que estén acorde al mercado para seguir siendo competitivos.

Se recomienda mantener una excelente comunicación con los proveedores.

Bibliografía y citas

(s.f.).

Bonals, J., & Sánchez, M. (2007). *Manual de asesoramiento psicopedagógico*.
Barcelona: Editorial Graó.

Constitucion Politica Del Ecuador. (s.f.). *Titulo 3 Capitulo 4*.

Festinger, L., & Katz, D. (1992). *Los métodos de investigación en las ciencias sociales*.
Barcelona: Paidós.

Lee, G. C. (1969). *Educacion e Ideales Democraticos*.

León, A. (2005). *Estrategias para el desarrollo de la comunicación profesional*. México:
UMUSA.

Ramirez, T. (2004). *Cómo realizar el proyecto de investigación*. Caracas: Contexto
editores.

Ramirez, W. P. (2007). *Las ciencias Sociales y el Malestar en los Valores*.

Robbins, S. (2004). *Aprendizaje Social*. México: Pearson.

Sabino, C. (2005). *El proceso de la investigación*. Caracas: Panapo.

Sandoval, L. B. (s.f.). *Etica Profesioanal*.

ANEXO 1

MARQUE CON UNA "X" UNA O VARIAS OPCIONES

1.- ¿Conoce algún tipo de Gazeta Informativa?

SI	NO

2.- ¿Conoce alguna Gazeta Informativa en el Guasmo sur que se distribuya gratuitamente?

SI	NO

3.-¿Qué contenidos le gustaría que lleve la Gazeta Informativa

CULTURA	NOTICIAS	DEPORTES	COMUNIDAD	FARANDULA	OTROS

4.- ¿Usted ha escrito para algún Diario o Revista?

SI	NO

5.- ¿Le gustaría que la Gazeta Informativa tenga publicidad de los patrocinadores?

SI	NO

6.- ¿Cada que tiempo le gustaría recibir la Gazeta Informativa?

DIARIA	SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL

7.-¿Qué día de la semana le gustaría recibir la Gazeta Informativa

LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO

8.- ¿Le gustaría poder escribir en la Gazeta Informativa?

SI	NO

9.- ¿Usted cree que esta Gazeta Informativa ayudara a su comunidad?

SI	NO