

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

**CARRERA:
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Trabajo de titulación previo a la obtención de título: de LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:
PÁGINA WEB INSTITUCIONAL DE LA CORPORACIÓN DE
DESARROLLO SOCIAL COMUNITARIO Y COMUNICACIÓN “EL BUEN
SEMBRADOR”**

**AUTOR:
LUIS GERMÁN CAÑAR UNAUCHO**

**TUTOR:
MARIO ESTEBAN PLAZA TRUJILLO**

Quito, diciembre de 2016

Cesión de derechos de autor

Yo Luis Germán Cañar Unaicho, con documento de identificación N° 0502844822, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del trabajo de grado/titulación intitulado: PÁGINA WEB INSTITUCIONAL DE LA CORPORACIÓN DE DESARROLLO SOCIAL Y COMUNITARIO Y COMUNICACIÓN “EL BUEN SEMBRADOR”, mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado en Comunicación Social, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.



.....
Nombre: Luis Germán Cañar Unaicho
Cédula: 0502844822
Fecha: 15 de diciembre del 2016

Declaratoria de coautoría del docente tutor

Yo, declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el trabajo de titulación PÁGINA WEB INSTITUCIONAL DE LA CORPORACIÓN DE DESARROLLO SOCIAL Y COMUNITARIO Y COMUNICACIÓN “EL BUEN SEMBRADOR” realizado por Luis Germán Cañar Unaucho, obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, Diciembre 2016



MARIO ESTEBAN PLAZA TRUJILLO

Cédula de identidad: 0103203626



CORPORACIÓN DE DESARROLLO SOCIAL,
COMUNITARIO Y COMUNICACIÓN
"EL BUEN SEMBRADOR"

Acuerdo ministerial: 007-2012

RUC : 0591723782001

Salcedo, 14 de Julio 2016

**Carta de autorización de usos de imágenes, sonidos, patentes, información
empresarial**

La Corporación de desarrollo social, comunitario y comunicación "El Buen Sembrador", a petición verbal y escrita por parte del Sr. Luis Germán Cañar Unaicho, para que se le autorice el uso de imágenes, sonidos, patente, información empresarial de nuestra Corporación, decide en sesión de accionistas en autorizar el uso de todo lo necesario para que pueda realizar la página web institucional "El Buen Sembrador" para la obtención de su título universitario.

Por parte de la Corporación se la dará toda la ayuda posible para que cumpla con su objetivo.

Atentamente.-

RAMÓN PÉREZ ASTUDILLO

Cédula de identidad: 0500738943

DIRECTOR EJECUTIVO

EMAIL: ramonperez@elbuensembrador.org

TELF.:032728138 CEL.: 0987732520

PAGINAS WEB: www.elbuensembrador.org-www.radioondacelestial.net

Dedicatoria

Dedico esta tesis primero a Dios, a mis padres que apoyaron económicamente, a mi esposa que siempre ha estado en aquellos momentos que lo he necesitado, a mi tía Martina y tío Tomas quienes me acogieron en su hogar durante toda la trayectoria de mi vida estudiantil y a todos aquellos que no creyeron en mí, a aquellos que esperaban mi fracaso en cada paso que daba hacia la culminación de mis estudios, a todos ellos le dedico esta tesis.

Agradecimiento

Agradezco a todos y todas quienes directa o indirectamente apoyaron para realizar el producto Comunicativo, a mis profesores quienes con sus enseñanzas me han ayudado a tener un conocimiento solido con respecto a mi profesión.

A la Corporación “El Buen sembrador quienes confiaron en mi para poder realizar el producto, a mi tutor quien ha sido de gran ayuda para cumplir con el objetivo y todos quienes conforman la Unidad de Titulación quienes me han ayudado mucho en los tramites académico.

Gracias a todos por ser parte de este proceso que me ha llevado mucho tiempo, pero al final se está cumpliendo con el objetivo.

Índice de contenido

Introducción	1
Justificación	4
¿Qué es la globalización?.....	8
¿Cuáles son los orígenes?	8
Principales características	9
¿Cómo afecta a la educación?.....	9
Educación y monopolio de educación	11
Educación on line.....	13
E-learning.....	14
Sincronía, asincronía y sus productos formativos.....	15
Ventajas del e-learning para los alumnos	16
Principios didácticos del aprendizaje adulto	17
Elementos para el e – learning	17
Comunicación y ciudad.....	17
El mundo global.....	19
La modernidad líquida de Bauman	21
La educación en la modernidad líquida	23
Dependencia tecnológica	25
Tipos de páginas web.....	30
Tipos de portales web	30
Pórtales educativos.....	31
Ventajas y servicios que ofrecen.....	31
Infocentros	33
Aportes de la comunicación y educación.....	35
Teorías de la comunicación en un entorno postmoderno.....	37
Metodología	41
Preproducción	42
Público/ usuarios específicos	42
Objetivos de producción	43
Fuentes de información.....	44
Propuesta.....	45
Cronograma.....	46
Presupuesto	47

Producción	47
Mapa de navegación	50
Características de Hosting y dominio	52
Ficha técnica del producto	52
Manual de identidad corporativa.....	53
La marca	53
Construcción y aplicación.....	54
Modulación	57
Área de protección	58
El Color	59
Aplicaciones cromáticas.	60
Tipografía.....	63
Usos no correctos.....	63
Aplicaciones y usos.....	65
Utilización en diseño web.....	65
Interfaz de la página principal.....	66
Guion multimedia	66
Maquetación.....	92
Resultados	93
Posproducción.....	93
Verificación de resultados.....	94
Divulgación del producto.....	97
Conclusiones	98
Lista de referencias	100

Índice de tablas

Tabla 1. Infocentros	34
Tabla 2. Identificación de indicadores del problema	43
Tabla 3. Fuentes	44
Tabla 4. Cronograma de ejecución	46
Tabla 5. Presupuesto del proyecto	47
Tabla 6. Ficha técnica de la página web	52
Tabla 7. Guion multimedia del producto	67

Índice de figuras

Figura 1. Mapa de Navegación.	50
Figura 2. Características de Hosting y dominio	52
Figura 3. Isologo terminado de la Corporación	53
Figura 4. Isologo vectorizado	54
Figura 5. Isotipo en forma de C	54
Figura 6. Vector paisaje del campo.....	55
Figura 7. Vector de mano, antena de radio, semillas de frejol.....	55
Figura 8. Tipografía en colores con degradado.....	56
Figura 9. Tipografía en dos colores	56
Figura 10: Vector de hojas	57
Figura 11: Vector cuadrículas de compromisos de la corporación.....	57
Figura 12. : Isologo completo	58
Figura 13 : Area de protección.....	59
Figura 14: Color arcoiris.....	59
Figura 15: color negro.....	60
Figura 16: Isologo sobre color amarillo.....	60
Figura 17: Isologo transparente.....	61
Figura 18: Isologo sobre el color gris	61
Figura 19: Isologo sobre el color negro.....	64
Figura 20: Isologo sobre el color blanco.....	62
Figura 21: Tipografías Utilizadas	63
Figura 22: Isologo sobre un diseño, no se recomienda usar sobre una imagen diseñado como fondo	63
Figura 23: Distorción en su proporcionalidad vertical.....	64

Figura 24: Distorción en su proporcionalidad horizontal	64
Figura 25: Interfaz de la Pagina principal.....	68
Figura 26: Maquetación por posición del sitio web.....	92
Figura 27. Nivel de comprensión.....	95
Figura 28. Estructura visual y composición de la página	96
Figura 29. Manejo de la información	97

Resumen

El presente trabajo de investigación, se basa en líneas teóricas en las cuales se plantea la elaboración de la página web “El buen sembrador”. Este proyecto nace con la idea de capacitar, informar, comunicar y socializar contenidos corporativos, a las personas que laboran dentro de la misma, para que puedan utilizar la página de una manera sencilla y rápida. Este plan mostrará todas las actividades que realiza la corporación con el fin de que la conozcan dentro y fuera del país. La página web se mostrará en idioma quichua en un 10%, con el fin de mostrar la diversidad cultural que existe en el Ecuador. La página web será una herramienta de información para los accionistas y sus asociados de la corporación de desarrollo social comunitario y comunicación “El Buen Sembrador”. Para la elaboración de la página web se realizó tres fases que son: Preproducción, producción y postproducción, con el fin de utilizar todos los elementos aprendidos en las aulas de la universidad.

Palabras claves: Corporación, Educación, Comunicación, El Buen Sembrador

Abstract

. This research is based on theoretical lines in which the development of the website "The good sower" arises. This project was created with the idea to train, inform, communicate and socialize corporate content, people who work within it, so they can use the page in a simple and quick. This plan will show all activities of the corporation in order to know that inside and outside the country. The web page is displayed in Quichua by 10%, in order to show the cultural diversity that exists in Ecuador. The website will be an information tool for shareholders and partners of the corporation community social development and communication "The Good Sower". Preproduction, production and postproduction, to use all elements learned in college classrooms: for the development of the website three phases are performed.

Keywords: Corporation, Education, Communication, The good sower

Introducción

En el presente documento se dan los argumentos teóricos para poder trabajar en la página web “El Buen Sembrador”.

Se da una visión general de lo que es la globalización sus orígenes y sus principales características, con el fin de conocer como esta afecta a la educación, en su aspecto estructural, económico, según las leyes del mercado, transformación de herramientas de control y en la convergencia internacional.

Posteriormente se realiza un análisis acerca de la educación virtual e online y sus principales componentes como es el aprendizaje electrónico, también se analizan aspectos sincrónicos y asincrónicos y sus productos formativos y sus ventajas.

También se menciona acerca de la comunicación y ciudad y como la globalización afectada a la misma, dentro de esta misma temática se menciona a Bauman y su modernidad líquida y como está transforma a las TIC.

Un aspecto importante analizado es la dependencia tecnológica en la cual la sociedad actual está inmersa.

Se realiza un análisis de lo que es las páginas web, sus tipos y sus elementos y los tipos de portales web.

El gobierno ecuatoriano en vista de los avances tecnológicos ha aportado a la población con la creación de los infocentros, con el objetivo de educar a la población que no tiene acceso a estos avances tecnológicos, como el uso del internet.

El aporte de internet a la comunicación es de suma importancia, porque habido una evolución de la comunicación, donde esta es inmediata y acorta distancias.

Por último, se realiza un análisis muy importante cerca de las teorías de comunicación en un entorno postmoderno y como estas destruyen a las antiguas teorías de la comunicación.

La comunicación dentro del ámbito Institucional es muy importante, pero muchas de las veces al no contar con un espacio comunicativo, se han dado problemas en su cotidianidad en sus relaciones grupales e interpersonales, debido a la falta de canales para poder transmitir sus mensajes.

Al no tomar en cuenta este aspecto muchas de las veces las instituciones quedan expuestas a la desinformación, a su desconocimiento de la existencia y peor aún puede llegar a la poca aceptación de la sociedad y como consecuencia no podrá seguir agrupando, atrayendo más asociados y patrocinadores.

En vista de esta problemática se ve la necesidad de presentar el producto comunicativo con el propósito comunicativo que consiste en dar a la Corporación de desarrollo social comunitario el Buen Sembrador una herramienta tecnológica y comunicativa que ayude a la difusión del contenido informativo de todas las actividades que venga desarrollando la Institución en beneficio de sus accionistas, patrocinadores y la sociedad en general.

Tema de Investigación: Página web institucional de la Corporación de desarrollo social comunitario y comunicación “El Buen Sembrador”

Delimitación espacial: Cotopaxi, cantón Salcedo.

El público objetivo de la página web es: los Socios Accionistas, patrocinadores de la corporación “El Buen Sembrador” y el pueblo kichwa de nacionalidad Panzaleo que son afines a la Corporación. Se encuentran geográficamente ubicados en la Provincia de Cotopaxi Cantón Salcedo. Son jóvenes y adultos; cuyas edades fluctúan entre 12 a 60 años, de sexo masculino y femenino, de un extracto socioeconómico bajo y de un nivel de educación media.

Delimitación temporal (hosting): Fecha de inicio 19 de julio del 2015. Fecha de finalización el 15 de Junio 2017(fecha tentativa)

Objetivo general: Desarrollar un sitio web que permita a los accionistas, socios y patrocinadores, consultar, informar, comunicar e interactuar en torno a todas las actividades que venga desarrollando la Corporación.

Objetivos específicos:

- Indagar acerca del contenido temático que se va a publicar para la capacitación de los usuarios mediante un sitio en internet.
- Desarrollar un sitio web que contenga todas las actividades y capacitaciones que realice la corporación, mediante el uso de fotografías, textos editoriales, noticias, videos, etc.
- Integrar en los contenidos del proyecto un porcentaje del 10% en idioma kichwa.
- Implementar materiales de capacitación en línea para el personal de la corporación.

Justificación

Con este producto se pretende cubrir el espacio comunicativo ausente en la corporación, mediante del internet, como un medio masivo de información de fácil acceso.

En la sociedad actual, los medios de comunicación convencionales como: radio, TV, periódico y prensa escrita, han forjado grandes sumas de dinero en relación a las publicaciones de contenidos.

Por este motivo la corporación tiene la necesidad de contar con una página web que permita llegar a más personas de manera innovadora, en base de los nuevos avances y herramientas tecnológicas.

El lenguaje HTML fue originalmente creado para que cualquier persona lo pueda utilizar, pero esta idea fracasaría, porque solo los expertos en programación la pueden manejar.

Consecutivamente se crea la Web 1.0, esta era semejante a cualquier tipo de comunicación, pero solo se limitaba a receptor información, y es poco accesible para los usuarios.

Posteriormente se aparece la Web 2.0, que fue creada por Tim O'Reilly en el año 2004, haciendo referencia a la segunda generación de la Word Wide Web. Esta web incorpora nuevas herramientas que facilitarían la comunicación y la interacción con todos los usuarios y se puede publicar libremente en el internet, sin necesidad de tener conocimientos de programación (Barbas Coslado, 2012, págs. 168,169).

La implementación de estas nuevas herramientas evidencia la evolución y crecimiento del internet hacia mayores niveles de interacción y hace posible a que todos puedan acceder a la red y subir información virtual a todos aquellos usuarios que estén interesados en obtenerlas.

Al finalizar el proyecto se podrá observar a la Web 2.0 como un servicio a la colectividad, que facilita las acciones del ser humano, al poder acceder a la información y facilitará la comunicación y la interacción humana entre la corporación y sus asociados (Barbas Coslado, 2012).

Y al poder instaurar una página web incluida el idioma quichua generará un impacto social favorable y atrayente porque en la red existen muy pocos sitios web con lenguas originarias lo cual facilitará la libre navegabilidad y comprensibilidad.

Los avances tecnológicos en el campo de la comunicación siempre han sido objeto de estudio de las ciencias sociales, puesto que las nuevas formas de relación social que generan provocan una transformación en los hábitos y costumbres de la sociedad. En el siglo XIX, con la invención del telégrafo y posteriormente del teléfono se dieron cambios en las relaciones personales y comerciales, generando comportamientos como una mejor interacción y conexión entre personas. Con Internet y la explosión de las redes sociales estos puntos de vista no han cambiado demasiado de los de aquella época (Barbas Coslado, 2012).

Los usos de redes sociales transforman los estilos de vida, cambian las prácticas y también crean un nuevo vocabulario.

A través de esto, todo el mundo está expuesto, al mismo tiempo, información de todo tipo irrumpe en nuestros ordenadores sin que podamos discriminar su contenido.

Asimismo, se convierten en parte un aprendizaje social, que si bien puede ser beneficioso utilizado convenientemente, en muchos casos crea modelos alejados de la realidad generando comportamientos y actitudes que suscitan problemas de autoestima y estrés, entre ellos están los relacionados con el cuidado de la imagen, los prototipos de éxito o la reputación digital.

Las redes sociales se basan, en la inmediatez de la comunicación, y transmisión de opiniones y contenido las convierte en un potente instrumento social. Su funcionalidad y ubicuidad tienen una repercusión compleja en la sociedad, su impacto, tanto global como local, se incrementa y desarrolla a cada minuto con nuevas utilidades que dan lugar a cambios sustanciales para la colectividad y los individuos.

Con este producto aparte de cubrir un espacio comunicativo de la corporación, también pretende dar una capacitación en línea, a todos los empleados de la corporación, con el fin de que conozcan y manejen de manera fácil los elementos de la página web y conozcan más acerca de las actividades que realiza la corporación.

La capacitación del personal se les asigna a las empresas, con el fin de mejorar los procesos, la rentabilidad y la seguridad en las mismas.

Muchas veces los costos de la capacitaciones son muy altos y los horarios se los tienen que usar en las horas de trabajo, adicionalmente se dan gastos de transporte que implican realizar la capacitación fuera de la empresa.

Debido a todo esto, la capacitación en línea es una solución eficaz, porque actualiza y prepara al personal sin afectar en los tiempos, procesos y proyectos.

La capacitación en línea, permite eliminar tiempos y costos de traslado, y cuando se realiza de manera asincrónica ayuda a que cada integrante del personal a capacitarse en los momentos que su carga de trabajo es menor, con esto se aprovecha el tiempo, porque la afectación sobre sus rutinas de trabajo es menor, pueden realizarla en su espacio laboral y sustituyen tiempos muertos con una actividad útil y motivadora.

Para que la capacitación pueda realizarse, es indispensable un adecuado diseño de la misma, por parte de un proveedor debidamente acreditado y experimentado. Los contenidos deberán ser adecuados para el nivel de preparación del personal que la recibirá. Es indispensable que la navegación pro el sistema de capacitación sea amigable, sencillo y compatible con los equipos disponibles. Es fundamental, cuente con sistemas de control, que permitan verificar el tiempo que dedica cada usuario a aprender los contenidos, el seguimiento que le dan los instructores y además del correcto aprendizaje de lo que se desea transmitir.

La capacitación en línea debe tener una propuesta metodológica, con los contenidos, evaluaciones y los sistemas de control que se ofrecen. Se trata de aspectos de calidad mayor nivel de profesionalismo, preparación y experiencia en las compañías que ofrecen plataformas de capacitación en línea.

Sin duda, este tipo de capacitación exige un especial cuidado para garantizar su calidad, pero también ofrece suficientes beneficios para comprobar que no se trata solamente de una moda tecnológica.

¿Qué es la globalización?

Definir la globalización es sumamente difícil, debido que hay varios puntos de vista de diferentes actores con respecto al tema, esto a dando como resultado que no exista una sola definición de la misma. Bajo términos económicos se podría decir que si hay una conceptualización, especialmente cuando se refiere a la globalización económica, neoliberal o capitalista. Según Rupérez (2001),

...se puede identificar la globalización como un conjunto de procesos, principalmente de carácter económico, que, a través de las interacciones, interconexiones e interdependencias existentes entre los diversos países y de la intensificación, desarrollo y extensión de esas redes globales, produce que ciertos hechos, acciones y decisiones ocurridos en un lugar concreto del globo y que antes sólo repercutían localmente, ahora lo hagan de forma global (págs. 16-17).

¿Cuáles son los orígenes?

La globalización es un fenómeno que se ha dado desde hace mucho tiempo atrás, ya que es una característica humana que se ha repetido por siglos en la historia de la humanidad. Un ejemplo claro de esto fue el gran imperio Romano, la colonización de América.

“La globalización tiene tres fases:

- De 1800 a 1914 se dio la primera fase.
 - Desde 1973 se la segunda fase con la crisis del petróleo.
 - En 1989, se da la tercera fase con la caída del Muro de Berlín hasta la presente”
- (Delgado, 2014, pág. 2).

Principales características

La globalización es un fenómeno histórico, creado como consecuencia de la acción del hombre, principalmente en el aspecto económico, su base ideológica es el neoliberalismo y el turbo capitalismo, los cuales se han ido desarrollando con el paso de los años.

La fase actual nace con una serie de hechos históricos que han ayudado a su configuración, como la crisis del petróleo (1973), la aparición y desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC) (1970-1990), el impulso a las políticas neoliberales (años 80), la caída del muro de Berlín (1989), la creación de la Organización Mundial del Comercio (1995), la conformación del G8 (1998) (Delgado, 2014, pág. 2).

Este fenómeno genera el crecimiento de grandes redes sociales que se conectan en todo el planeta, y produce repercusiones negativas a todo el mundo.

¿Cómo afecta a la educación?

La educación es afectada por la globalización, porque está cambiando su sistema y su función social e institucional.

La Globalización está interesada en la educación debido a dos factores:

Factor estructural: La globalización necesita la educación, porque por medio de ella obtener su máximo rendimiento y desarrollo. Y sin ella el nivel ideológico y material, se vendrían abajo y con ello todo el proceso.

Factor económico: Por medio de la educación se obtiene un gran beneficio económico. Y de este sale los recursos humanos para el mundo laboral.

La educación mundial para el capital financiero, es un gran mercado, que se cifra en 2 billones de dólares al año según la UNESCO. Desde esta perspectiva se convierte la educación en un valor, en un producto irrenunciable (Delgado, 2014, pág. 3).

La educación es enormemente influenciada por la globalización, ya que tiene la capacidad de modificar valores, normas sociales, intereses, en el aspecto político, económico, culturales, religiosos, etc.

La globalización trae consigo también problemas y repercusiones negativas para la educación como:

Reconfiguración según las demandas y las leyes del mercado: se da la transformación de los centros educativos en empresas, es decir, la educación se vuelve una mercancía, sus políticas corresponden a intereses laborales y del mercado.

Conversión en una fuente de desigualdad y exclusión social: los recursos económicos determina los centros y tipos de educación, las instituciones se dan de acuerdo a un ranking según resultados y de una libre competencia entre los mismos, la enseñanza pública es mala, se fomenta el individualismo, la competencia, el conformismo, la excelencia y externalización del fracaso.

Transformación en una herramienta de control: se dan cambios en el currículo, se da modificaciones de valores, pensamiento y se destruye el pensamiento crítico.

Convergencia internacional: en la dimensión curricular, estructural, de la administración y gobierno de la educación y de las políticas educativas (Delgado, 2014, pág. 3).

Es muy importante disminuir la desigualdad dentro de la educación para que esta sea reconocida como un derecho para todos. A pesar de la globalización y sus repercusiones, se puede realizar una acción positiva, coherente, que plantea la educación basada en el cambio. Este cambio se daría en aspectos políticos, sociales y laborales dentro de una sociedad globalizada y en constante cambio.

Educación y monopolio de educación

En la actualidad la educación tiene limitaciones por el gobierno con respecto a la certificación académica, debido a que los profesores tienen que poseer estudios superiores de nivel universitario para poder enseñar dentro del sistema escolar de la nación, esto reduce la contratación de maestros. Hay restricciones también en la construcción de escuelas por empresarios privados, esto limita la cantidad de escuelas fiscales.

Se da un monopolio en la educación ya que el estado restringe el número de escuelas disponibles para los padres de familia, ya que por medio de los impuestos se construyen escuelas y crea un sistema que restringe las escuelitas particulares. La competencia en las escuelas es por la calidad de las mismas, los padres de familia buscan una educación de calidad para sus hijos y por eso están dispuestos a pagar mucho dinero (Delgado, 2014, pág. 4).

Pero por otra parte hay padres de familia que no tienen para pagar tanto dinero, y así quieren una educación competitiva en precios. Estos les ayudan a los empresarios con la formación de una educación privada, en base a las necesidades de las estudiantes y de los padres de familia.

Los padres de familia, no confían en los burócratas del estado para que estén a cargo de la educación de sus hijos, ya que ellos piensan solo en sus intereses que es aumentar su poder económico.

Esto plantea el asunto de la regulación pública de las escuelas. Primero, el gobierno reclama escolarización obligatoria. Segundo, para mantener el control sobre el contenido del currículum, los gobiernos establecen normas y regulaciones que dirigen esas escuelas. A los padres no se les permite enviar a sus hijos a escuelas que no cumplan con estas cualificaciones. Las cualificaciones se fijan muy altas, de forma que no puedan establecerse muchas escuelas para competir contra el sistema escolar público. Esto aumenta el poder del sistema escolar público y el poder de los burócratas que dirigen el sistema (Ron, 2013, pág. parr.10).

Esta regularización académica limita la competencia de las escuelas públicas contra las privadas. Pero desde 1960 la educación pública va en decadencia, esto muestra que esta regularización no garantiza la calidad de la educación, pero si restringe la entrada en el ámbito de la educación.

El sistema escolar público no debería ser un monopolio, debe ser libre, y no imponer a los padres de familia a sacar a sus hijos del sistema, lamentablemente el estado seguirá con una política de extensión de su monopolio sobre la educación.

Educación on line

La educación *on line*, es a través del internet, esta utiliza las nuevas tecnologías de la comunicación e información. Esta tiene una plataforma virtualizada para apoyar el aprendizaje de los alumnos, también se puede utilizar la modalidad de enseñanza semipresencial o *blended learning*.

De tal manera que, el modo de enseñanza mencionado da la libertad de conectarse a los alumnos desde el lugar en donde ellos se encuentren en el momento de la clases, que puede ser en su casa, trabajo, una biblioteca, etc.

Este tipo de enseñanza puede ser sincrónicamente, es decir, cuando el profesor se encuentra conectado al mismo tiempo que los alumnos. O también puede ser asincrónicamente, que quiere decir que se pueden conectar en cualquier tiempo no necesariamente con los alumnos y el profesor (Sánchez, Enrique Martínez-Salanova, 2014).

Por medio de este aprendizaje se utiliza la tecnología digital, diferentes lenguajes, conceptos, contenidos y estructuras de la red, junto con la interacción, la interculturalidad, la información y las responsabilidades de los usuarios como productores de información.

E-learning

E-learning es el aprendizaje electrónico, y este tiene su uso desde hace mucho tiempo atrás, es decir, desde que iniciamos el aprendizaje con el uso de la radio, televisión, cine y los audiovisuales.

Para Enrique Sánchez (2014), el uso de las redes de aprendizaje basado en web y en computadoras, de forma digital y virtual, por medio del internet, transmisiones de satélites, y cualquier paquete que puede acoplarse al mundo de la transmisión a distancia. Utiliza redes de comunicación y sus herramientas, hipertexto (correo electrónico, páginas web, foros de discusión, chat, etc.), como soporte de los procesos de enseñanza – aprendizaje

El E-learning es la enseñanza a distancia, y tiene una separación de espacio temporal entre el profesor y los alumnos, donde existe una comunicación de doble vía asincrónica, donde se utiliza el internet como medio de comunicación y medio de distribución de conocimiento, donde los alumnos tienen una formación independiente y flexible, porque genera su propio aprendizaje.

El *e-learning* está basado en tres criterios fundamentales que son:

1. Trabaja en red, de manera instantáneamente, esta actualiza, almacena, recupera, y comparte la información.
2. El usuario la obtiene través del uso de computadoras por medio del internet.

3. Se utiliza en el aprendizaje ya sea de manera presencial o a distancia (Sánchez, Enrique Martínez-Salanova, 2014, pág. parr.10).

Sincronía, asincronía y sus productos formativos

La educación a distancia se basa en la red digital y esta se comunica con sus integrantes por medio de correos electrónicos, video conferencias y por las tecnologías que vayan poniéndose a su disposición.

La comunicación puede ser de forma sincrónica, es decir, en el momento entre profesores, tutores y alumnos, y también de forma asincrónica, es decir, se puede comunicar en cualquier momento.

Asincronía, o comunicación de forma asincrónica transmite mensajes sin necesidad de coincidir entre el emisor y receptor en la interacción instantánea. Requiere necesariamente de un lugar físico y lógico (como un servidor, por ejemplo) en donde se guardarán y tendrá también acceso a los datos que forman el mensaje. (Sánchez, Enrique Martínez-Salanova, 2014, pág. parr.12).

Las características de la comunicación asincrónica son:

- En cualquier lugar.
- A cualquier hora.
- La comunicación es en grupo o individual (Sánchez, Enrique Martínez-Salanova, 2014, pág. parr.13).

La comunicación sincrónica es cuando el emisor y el receptor se comunican tiempo, por eso es necesario que las dos personas estén presentes en el mismo momento. Para esto se utiliza grupos de comunicación como chats, videoconferencias, teléfono, cable, etc.

La comunicación sincrónica está caracterizada por:

- Es en cualquier lugar.
- En un momento determinado.

Hay un proceso mixto entre el *e-learning* sincrónico y asincrónico, y el *e-learning* dual, donde se combinan los dos procesos. Así se tiene la máxima tecnología del sincrónico combinada con las bondades autónomas del asincrónico (Sánchez, Enrique Martínez-Salanova, 2014, pág. parr.15).

Ventajas del *e-learning* para los alumnos

- Es personalizado
- Adapta el estudio a su horario personal
- Realiza trabajos de forma meditada
- Sigue el ritmo de trabajos
- Tiene acceso a la enseñanza
- Tiene un papel activo en su propia formación
- Existe feed –back constante de información
- Se beneficia de las ventajas de los métodos de enseñanza y medios didácticos tradicionales.

Principios didácticos del aprendizaje adulto

Es muy importante seleccionar los contenidos pedagógicos óptimos para poder realizarlos al término de la formación educativa de los alumnos. La búsqueda de medios y recursos son apoyo para el aprendizaje.

Elegir los materiales didácticos que se utilizaran en las clases, empleando las nuevas tecnologías, que faciliten la enseñanza aprendizaje.

Seleccionar los recursos más adecuados en cada momento.

Elementos para el e – learning

Los elementos para el *e-learning* son:

- Una plataforma tecnológica de formación on line, esta tiene una finalidad pedagógica y didáctica, pensada en facilitar el aprendizaje, por medio del internet.
- Hay los contenidos que son datos, imágenes y documentos, que son herramientas de comunicación tanto sincrónica como asincrónica que facilitan aprendizaje y conocimiento. Estos generalmente son tutoriales, evaluaciones, textos, etc (Sánchez, 2014, pág. parr26).

Comunicación y ciudad

En el siglo XIX en Europa se fueron dando condiciones estructurales para el modelo masivo de comunicación social. Estas condiciones se fundamentan en la época moderna y son: el Estado –Nación en el aspecto político y el mercado liberal, de tipo capitalista

dentro del aspecto económico. En el aspecto ideológico se apoya en “la comunicación como elemento activo de progreso civilizatorio, de forma que la normalización de medios comunicativos avanzados se convirtió, con fuerza en una línea de avance crucial para los proyectos históricos de las nuevas sociedades modernas” (Rubio, 2004, pág. 17).

Por ejemplo en Francia, hubo las primeras líneas telegráficas que se utilizaban mucho en las agencias de prensa, y estas fueron un secreto de estado, mientras el flujo de información era de libre circulación.

Los grandes estados nacionales comenzaban a tener una nueva mentalidad de mercado y esto era un impulso estructural clave en las redes de comunicación de soporte eléctrico, cuyo alcance y velocidad eran cada vez mayores. Es en ese momento cuando Londres se convierte en el centro de la economía mundial, que impulso el sistema de cableado submarino, también reguló el espectro radiofónico mundial.

Con el tiempo las comunicaciones crecen vigorosamente debido a la industrialización, la urbanización y el colonialismo. Dentro de la producción industrializada, se da la pugna por la conquista de nuevos mercados y esto trajo consigo unas estrategias de comunicación, como las agencias de noticias de Havas en 1835 que luego paso hacer la Agence France Presse, también la norteamericana Associated Press en el años 1948.

El colonialismo e industrialismo, crearon muchos conflictos bélicos, los cuales dieron paso a la definición de nuevas redes tecnológicas pero con las finalidades económicas, políticas e ideológicas.

La función de estas redes era de tipo integrador, y se apoyaban en un modelo estructural, masivo, y de influencia difusionista, que trabaja con una transferencia

de decisiones y mensajes desde el centro a la periferia, en sentido único..., a propósito de los debates sobre el poder y comunicación transnacional en los años setenta del siglo XX (Rubio, 2004, pág. 18).

En los años 1914 hasta 1918 se dio la primera guerra mundial y la propaganda masiva se convirtió en un método del gobierno. Y debido a este se produce la Segunda Guerra Mundial tres décadas más tarde.

Pero es en 1930 cuando nace la cultura masiva – comercial y con esto viene la sociedad de consumo y con este se tiene la publicidad. Desde el punto de vista cultural, se lo llama sociedad de masas. Este nuevo modelo de sociedad de basa en la “fuerza laboral de los individuos atomizados, alineados en un sistema de trabajo mecanicista e impersonal, además que debilitaría vínculos tradicionales de la localidad y parentesco” (Rubio, 2004, pág. 19).

Esto trae consigo un modelo comunicativo que fue una red de mensajes de largo alcance, controlado a nivel institucional y de propiedad, donde se miran los roles del emisor y el receptor. Es decir, esta comunicación es limitada porque no permite el dialogo y un sentido social, solo me observa ya sea noticias, películas, programas de entreteniendo, etc.

La cultura masiva trae consigo “la centralización de emisión, la asimetría de roles entre las capacidades operativas del emisor y el receptor, y la conexión unidireccional, tan tecnológica como ideológica, entre el primero y el segundo” (Rubio, 2004, pág. 19).

El mundo global

La globalización es la expansión de las empresas capitalistas y la intensificación del poder económico a costa de la que sea. Esta es dominada por mercados trasnacionales

y mercados financieros. El objetivo único... es la obtención de más y mayor beneficio económico (Borón, 2004, pág. 36).

Abarca todos los ámbitos de la relación humana para hacerles parte del mercado y cimentarlos en relaciones monetarias. Ahora al capitalismo se le conoce como: imperialista, global, transnacional y corporativo, pero sus bases son las mismas.

Los instrumentos que la llevan a cabo, son las transnacionales, estas dominan los flujos de manufacturas dirigidos en su mayoría a los países “ricos”. También son los monopolios estatales que son monopolios privados y crecen los oligopolios y las alianzas entre uno o varios sectores económicos.

Las transnacionales controlan el negocio de las armas, los sistemas monetarios y bancarios, los servicios, las telecomunicaciones, deciden el que tipo de energía se implanta, que patrón de agricultura, si se usan o no técnicas de ingeniería genética, que alimentos comemos, qué cosas producimos y cómo repartimos (Borón, 2004, pág. 40).

Las transnacionales trabajan con una producción de rentabilidad a corto plazo. No dan cuenta de sus acciones a nadie. No le importa el lugar donde realiza sus actividades, si este afecta o no al medio ambiente. No le importa perjudicar a las personas laboralmente, porque existe discriminación. Las transnacionales son antidemocráticas, donde los derechos de las personas se evocan a la empresa, es decir, las libertades de las personas desaparecen.

El capitalismo crea necesidades en las personas, con el fin de que el consumismo crezca. El capitalismo divide al mundo en dos partes asimétricas: el Primer

Mundo... la economía del mercado es radicalmente opuesta a una economía social, no se basa en una producción eficiente y necesaria y en un consumismo equitativo y equilibrado, sino en la sobreproducción y el hiperconsumo solo para unos cuantos, en la proliferación de productos sin un verdadero uso social (Borón, 2004, pág. 41).

La globalización impone estados de bloques económicos regionales como la Unión Europea, la APEC en el área del pacífico o el ALCA. Estos súper bloques son los que dictan las normas para el reparto mundial en las zonas de influencia. En los acuerdos económicos internacionales, los países ricos o poderosos mantienen sus privilegios y los países pobres tienen que liberar sus economías para los países poderosos.

Por lo tanto en las clases sociales desaparecen y todos los seres humanos pasan a ser parte de un “aldea global”, pero esta aldea es desigual, porque trata a las personas como mercancías. “Las diferencias sociales se han intensificado y se puede resumir en tres grandes grupos: los incluidos, los precarios y los excluidos del sistema” (Borón, 2004, pág. 47).

La modernidad líquida de Bauman

La modernidad líquida de Bauman, hace un análisis de los atributos de la sociedad capitalista que permanecen en el tiempo y de las características que han cambiado.

Habla del individualismo, y como este marca las relaciones, que se las torna precarias, transitorias y volátiles. La modernidad líquida es una figura de cambio y de transitoriedad: los sólidos se conservan en su forma y persisten en el tiempo, es decir, duran, mientras que los líquidos se transforman constantemente, fluyen.

Como la desregulación, la flexibilización o la liberación de los mercados (Rocca, 2015, pág. parr.1).

La televisión y el internet son dispositivos de comunicación que determinan las relaciones sociales. Y con el paso de los años estas relaciones se han ido desarrollando generando nuevos tipos de relaciones sociales, por medio de la tecnología.

En la actualidad nos encontramos en la generación *Net*, ya que en los hogares tienen internet, que se ha convertido en un espacio donde socializan para estar en contacto con personas lejanas en distancia física, pero cercanas en intereses, gustos y sensibilidades.

La modernidad líquida apunta a la disolución de los vínculos sólidos que unían al individuo con las estructuras sociales, que permitían el desarrollo del sujeto en una determinada sociedad.

Las tecnologías de la información potencian el establecimiento de vínculos sociales, este hecho diluyen las estructuras sociales que unían al individuo conectado con la sociedad y el lenguaje de los vínculos es la Modernidad Líquida.

En la actualidad el uso de las TIC, está dirigida a transformar la sociedad y los jóvenes son los transformadores de la misma, ellos son los que más usan esta tecnología.

Las características básicas de las nuevas tecnologías de la información es la interactividad, junto a la hipertextualidad y la conectividad, está básicamente consiste en la relación que se establece entre la persona y el medio digital. Un ejemplo de esta son los cajeros automáticos, que son dispositivos interactivos, pero de un nivel bajo.

En la actualidad las organizaciones están preocupadas por dar participación de las personas en la vida cotidiana, y están trasladando esta preocupación al internet a la hora de hacer las páginas web.

Es importante recordar que el Internet es un dispositivo tecnológico que nace a partir de las necesidades militares y económicas del sistema capitalista. En plena Guerra Fría, el Pentágono idea el sistema de defensa denominado *Arpanet*. Consiste en una configuración en red del aparato defensivo de los EEUU, con vistas a superar, de este modo, un hipotético ataque de las fuerzas enemigas. En segundo lugar, Internet y las TIC son las herramientas que permiten, en la era de la globalización capitalista, la configuración de la empresa-red y el crecimiento del capitalismo especulativo-financiero (Sáez, 2013, pág. parr.20)

En la actualidad el internet es el lugar del intercambio comercial y un medio de consumo, donde las personas se conectan según sus intereses.

Por eso Dominique Wolton (2000) menciona que el modelo del internet es individualista y rompe la tradición histórica y política que plantea la cuestión de la sociabilidad como la convivencia con los diferentes.

La educación en la modernidad líquida

Bauman menciona que la educación se ha deteriorado. Los empleos, no cumplen con las expectativas de las personas con estudios superiores. Debido a esto, el uso de las tecnologías se agudiza y no se mide los límites entre el horario laboral y el tiempo personal.

Los cambios producidos con las tecnológicas y en la sociedad han producido que los principios educativos vayan cambiando.

La pedagogía tradicional se pone en solfa, precisamente por la falta de solidez de esos principios, de los valores, creencias, certezas, etc. Los cambios imprevisibles a los que está sometida permanentemente la sociedad de hoy, generan un problema añadido a la educación, ¿educar para qué mundo, para qué sociedad, imprevisible y en permanente mutación?, ¿formar en qué actitudes, hábitos, en qué compromisos y valores, en qué costumbres, si nada es duradero y todo cambiante a gran velocidad? Gran dilema, sin duda para los educadores, para los pedagogos, para los centros educativos y universidades (García Aretio, 2016, pág. parr.4).

Debido a la cantidad de información y a su velocidad de transmisión, Bauman menciona que la cultura líquida moderna no es un cultura de aprendizaje, sino de muchos cambios y olvido.

Bauman critica a las redes sociales, porque con esta se pierde relaciones sociales reales y de la amistad, y se pierden relaciones de calidad en la comunidad.

Bauman dice que la diferencia entre la comunidad y la red es que tú perteneces a la comunidad pero la red te pertenece a ti. Puedes añadir amigos y puedes borrarlos, controlas a la gente con la que te relacionadas. La gente se siente un poco mejor porque la soledad es la gran amenaza en estos tiempos de individualización. Pero en las redes es tan fácil añadir amigos o borrarlos que no necesitas habilidades sociales. Estas las desarrollas cuando estás en la calle, o vas a tu centro de trabajo, y te

encuentras con gente con la que tienes que tener una interacción razonable. Ahí tienes que enfrentarte a las dificultades, involucrarte en un diálogo. Las redes sociales no enseñan a dialogar porque es tan fácil evitar la controversia... Mucha gente usa las redes sociales no para unir, no para ampliar sus horizontes, sino al contrario, para encerrarse en lo que llamo zonas de confort, donde el único sonido que oyen es el eco de su voz, donde lo único que ven son los reflejos de su propia cara. Las redes son muy útiles, dan servicios muy placenteros, pero son una trampa (García Aretio, 2016, pág. parr.9).

Bauman reflexiona, acerca de la difícil situación en la que se encuentran los jóvenes en la actualidad, y también sobre el papel de la educación y de los educadores. Dice que los jóvenes sienten la tentación de quedarse al margen, de no participar en la sociedad. Muchos de ellos se refugian en el mundo de los juegos on line y en las relaciones virtuales, en enfermedades como la anorexia, depresión, alcohol, drogas, etc., con el fin de no estar en un entorno hostil y peligroso.

Dependencia tecnológica

La comunicación abarca muchísimos aspectos, debido a la gran cantidad de formas que existen para comunicarse con otras personas en cualquier lugar del mundo o en nuestra misma sociedad. La tecnología es la responsable de crear medios y nuevas formas de expandir las fronteras comunicacionales y poder comunicarse en cuestión de segundos.

Hablar acerca de los avances nos lleva a mencionar y reflexionar más acerca de su contexto. Es decir, de analizar acerca de la globalización, por un lado como la

modernización, democracia, éxitos económicos, justicia; y por lo contrario como atrasos, la continuación del capitalismo salvaje, despolitización, inexistencia de los Estados – Nación, entre otras.

Es un fenómeno social, político e ideológico, que trae varias consecuencias según la región geográfica, el país y el territorio. En la actualidad se caracteriza en la nueva economía que remite a la liberalización del comercio y a los avances de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación que suponen una de las transformaciones técnicas y económicas más importantes desde la Revolución Industrial (Gambaretto, 2010, pág. 37).

Es muy importante la tecnología y su desarrollo, porque permite el progreso social y cultural de los jóvenes de ahora.

“Nos encontramos en una época...donde los aparatos tecnológicos aparecen y van evolucionando con el correr de los días, donde las aplicaciones de estos se incrementan y superan la imaginación de cualquier consumidor actual” (Gambaretto, 2010, pág. 37).

La sociedad de ahora está sumergida en una dependencia tecnológica casi total para poder desarrollarse laboralmente y acensarse culturalmente. Es tanta la necesidad por la tecnología, que ahora la comunicación de la juventud contemporánea, se basa en ella.

En la actualidad se anteponen los objetos tecnológicos a bienes fundamentales para la vida humana. Brunno (López, 2000), hace un análisis con respecto a esto, dice que “ahora las jóvenes parejas, cuando se van a vivir juntos es común que compren antes que nada una

PC junto a un microondas.” De este modo se debe reflexionar hacerla de la dependencia que hay con respecto a la tecnología y sus variantes.

Con el paso del tiempo la tecnológica tienen un papel más importante en la vida de las personas y sobre todo en la comunicación de la juventud contemporánea, ya sea por medio de los celulares, mensajes de textos, computadores, internet, etc.

Debido a esto se pierde la costumbre de escribir cartas y mandarlas por correo o de simplemente conversar con las personas cara a cara. La tecnología tiene un papel muy importante en la sociedad, debido a que jóvenes y personas adultas dependen de ella en todo momento.

Los nuevos tipos de comunicación pertenecen a la era electrónica y tienen un nivel de crecimiento explosivo en las naciones. Ahora las computadoras y celulares son parte fundamental de la vida de cotidiana de gran parte de la sociedad en la que se vive actualmente.

Los nacidos en la década de los noventa son directamente influenciados por las nuevas tecnologías de la información y comunicación como es la televisión digital, telefónica móvil, internet, video juegos, etc. Y estos generan comportamientos sociales y culturales diferentes con respecto a los niños y adolescentes de décadas anteriores. Debido a esto se dan nuevos modelos educativos y métodos de enseñanza (López, 2000) .

Los jóvenes que están ahora en la secundaria o en la universidad, pertenecen a una generación culturalmente que está en contacto permanente con varias tecnologías audiovisuales e informáticas. Y para esto acuden a canales de televisión o a la

computadora para realizar sus trabajos, o llaman y reciben mensajes de través de celulares, navegan por internet para buscar información y comunicarse con amigos a través de chat y alguna de las tantas redes sociales que existen hoy en día. Para los adolescentes la tecnología es indispensable, para divertirse, aprender, comunicarse, relacionarse con otras personas de su misma sociedad.

Algo que se da es el flujo de información constante, que provoca saturación de datos. La televisión, internet, la publicidad y la radio, siempre difunden mensajes, noticias, opiniones e ideas que llegan en segundos y de forma repetida.

Víctor Sáez (2013) dice que la cantidad de información que los jóvenes y adolescentes poseen sobre los acontecimientos de la realidad, cualquiera que esta sea, es abrumadora, ya que mucha información, no significa más conocimiento”

Según García (Canclini, 2004) comenta en su texto Diferentes, Desiguales y Desconectados: habla de los Mapas de la interculturalidad, que gracias a la mediatización que existe en nuestra sociedad como consecuencia de la globalización, existe una fragmentación del saber que aleja o enfría la interconectividad que proporciona sanciones de cercanía y simultaneidad.

Dice que otra de las consecuencia de los avances tecnológicos y la globalización en la sociedad, es lo que llama la conexión y desconexión donde explica que no todos los jóvenes en la actualidad tienen acceso a la información y a la tecnología, y estas personas tendrán menos oportunidades a la hora de enfrentarse al mundo globalizado. Es así como se pasa de la integración de las sociedades al sometimiento de la población, es decir, los más informados sobre los menos informados.

Otra desventaja según el autor, es el monolingüismo proveniente de las ciencias y tecnologías del accidente adoptado por las sociedades mundiales, donde el inglés es el protagonista absoluto. Esto crea una desventaja al mundo informático y laboral para las personas que no lo saben. Es muy importante recordar que la tecnología y su importancia depende mucho de las clases sociales, porque no es lo mismo para una determinada clase social la utilización de la tecnología para comunicarse con otras personas que para otra clase social.

Se puede decir que los avances tecnológicos generan desigualdades a la hora de conseguir un trabajo, con la movilidad ocupacional, acceso a mercados, participación en la política o simplemente desigualdades comunicacionales.

El autor (Hobsbawm, 1995) profundiza acerca de la desigualdad creada por la tecnología hoy en día y cómo perjudica a la juventud a la hora de buscar trabajo, planteando que el mundo está dominado por la tecnología y los sistemas de comunicación de transportes, lo cual trae como consecuencia el desempleo masivo. Al implementar constantemente nuevas tecnologías que reemplazan la mano de obra, se pierden puestos de trabajo que no se recuperarán. Además, al haber mayor tecnología, más cara resultará la mano de obra. Según Hobsbawm, esto junto al enfrentamiento entre mendigos y clases acomodadas, fueron causas fundamentales del hundimiento del siglo XX.

En la actualidad al ámbito educativo está lleno de mucha información, ahora el nuevo reto para el docente es ayudar a distinguir al alumno que información sirve o no, para así aprender a organizar la información y poder difundirla, es decir, que el uso de las tecnologías y la información es de forma inteligente y crítica.

Finalmente, Canclini (2004) habla sobre la diversidad cultural que hoy en día es tema cotidiano y ha sido aceptado por los Estados como algo común dentro de los países.

Los medios masivos y las tecnologías de la información fueron importantes para la expansión de muchas de las culturas y la aceptación de la multiculturalidad (pág. 46).

Tipos de páginas web

Existen dos tipos de página web que son: Estáticas y Dinámicas

Páginas Estáticas: Son de contenido fijo y no se pueden actualizar.

Páginas Dinámicas: Poseen en lenguaje HTML o en otras extensiones, como el PHP. Permite la interacción en tiempo real, apto para algunas páginas web con necesidades específicas, como pueden ser los foros (Oliver, 2016, pág. parr.2).

Tipos de portales web

Hay portales: Horizontales, verticales, diagonales, especializados, corporativos y móviles.

- **Portales horizontales:** Tienen un propósito general y una audiencia amplia, como por ejemplo Yahoo. Son portales de fácil utilización donde tiene información y servicios, que no necesitan de navegar por otros sitios web.
- **Portales verticales:** Tienen contenido específico por temas como salud, finanzas, música, deportes, etc.

- **Portales diagonales:** Es una mezcla entre el portal horizontal y el vertical. Aquí se utilizan redes sociales o aplicaciones generales como Facebook, LinkedIn, Flickr o YouTube, con contenidos y dirigidas a un público específico.
- **Portales especializados:** Es un sitio más especializado en sus áreas de interés tanto particulares como profesionales. Son portales que hablan de diferentes temas de interés como deportes, geografía, historia, deportes, etc.
- **Portales corporativos:** Es el intranet que tienen las empresas, donde se potencia el acceso a la información de la organización, para clientes y proveedores. La información es confidencial.
- **Portales Móviles:** Son lugares en los cuales se pueden acceder a una conexión de internet, por medio de una teléfono celular, tablet, computadora, etc.

Pórtales educativos

Los portales educativos, son páginas web están al servicio de la comunidad educativa, donde profesores, alumnos pueden encontrar información necesaria acerca de la institución, también pueden acceder a recursos didácticos, búsqueda de información, entretenimiento, etc.

Ventajas y servicios que ofrecen

Los portales educativos están en el internet y se les puede utilizar en cualquier momento y en todo lugar, ofrecen muchas ventajas a sus destinatarios que son profesores, estudiantes y padres de familia.

Los principales servicios de los portales, es la información para las estudiantes, madres de familia y profesores, también pueden realizar la búsqueda de:

- “Noticias
- Agenda
- Radio
- Televisión
- Prensa,
- Diseños curriculares base, programas de materias y asignaturas” (Educativos, 2015, pág. parr.5).

En el internet hay recursos didácticos como:

- “Materiales diversos para estudiantes: apuntes, trabajos, exámenes.
- Diccionario, enciclopedia básica
- Atlas y mapas de todo el mundo
- Biografías
- Manuales” (Educativos, 2015, pág. parr.6).

También contribuye a la formación del docente, por medio de información diversa y cursos de actualización de conocimientos.

- “Recopilación de experiencias educativas, buenas prácticas, didáctica.
- Recopilación de consejos y reflexiones sobre el uso de las tecnologías en la escuela.
- Cursos diversos, actividades de aprendizaje on-line” (Educativos, 2015, pág. parr.12).

Asesorar a los profesores. Por medio de temas asesoramiento como: en didáctica, informática, leyes, etc.

Hay canales de comunicación como foros, chat, video llamadas, con profesores y estudiantes, también entre instituciones y empresas.

Dan instrumentos de comunicación como: el correo electrónico, chat, páginas web.

Infocentros

“Son espacios tecnológicos instalados en áreas físicas pertenecientes a los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales, convirtiéndose en herramientas que fortalecen el aprendizaje de la población” (Estrategico, 2015, pág. parr.1).

Estos tienen una sala de capacitación, en la cual se dictan talleres de acuerdo a la planificación del Ministerio de Telecomunicaciones, que es la entidad responsable del mismo.

La atención es gratuita y los horarios de acoplan a la disponibilidad de la población, la mayoría atienden en el horario de la tarde y la noche.

Son una plataforma que permite aprender y comunicar, recibe a 20 personas con el fin de que accedan a las computadoras a realizar investigaciones académicas, y también actividades de distracción.

Estos centros cuentan con 11 computadoras con su respectiva mesa, con internet gratis por un periodo de tres años, tiene una impresora multifunción, proyector, TV LED, aire acondicionado, videograbadora, mobiliario para sala de capacitación y dos cabinas telefónicas. El Gobierno Nacional, a través de Ecuador Estratégico E.P., ha invertido USD 3.7 millones en telecomunicaciones en Zamora Chinchipe con la dotación de 95 proyectos entre laboratorios de computación en establecimientos educativos, computadoras para Centros de Salud y los Infocentros Comunitarios (Estrategico, 2015, pág. parr.4).

El objetivo de los infocentros es que las personas de parroquias rurales y urbanas marginales puedan acceder y a prender a utilizar las tecnológicas de la información y

comunicación. Con esto se desea reducir el analfabetismo digital, con el fin de mejorar la vida de las personas e impulsando el desarrollo productivo de su comunidad.

Tabla 1. Infocentros

Infocentros	Beneficiarios	Inversión	visitas	Capacitados en TIC
673 Infocentros Comunitarios	3'123.000 aprox.	Alrededor de 30 millones de dólares	5'000.000	210.000

Fuente: (Ministerio de Telecomunicaciones , 2015)

Para el 2016 el Ministerio de Telecomunicaciones tiene previsto en el mes de Abril incrementar 300 infocentros más, esto se da debido a que hay 35.000 kilómetros de fibra óptica tendidos en 23 provincias continentales.

Es muy importante mencionar que los infocentros tienen sus reglas, una de estas son que se permite estar 15 minutos para revisar redes sociales, escuchar música o jugar en red. En el caso de ser para tareas escolares es tiempo se extiende.

Con respecto a la página web institucional de la corporación de desarrollo social comunitario y comunicación “El buen sembrador”, los infocentros son muy importantes para la capacitación de los empleados de la institución, estos les ayuda con respecto a manejo de las TIC, porque tendrán conocimiento acerca de cómo entrar a la página web de la institución, para conocer un poco más de los beneficios y actividades que tienen dentro de la empresa.

Aportes de la comunicación y educación

La comunicación y la educación van de la mano, porque trabajan en el campo del desarrollo humano con información con el fin de transformarla en conocimiento. La sociedad de la información ha generado que la a comunicación y la educación hayan sufrido ciertos cambios.

En la actualidad la información circula por todo lugar y se incrementa de una manera inmediata. Ahora que hay tanta información es importante localizar la información que pueda resultar útil. Es necesario tener criterio al mirar tantas fuentes de información y saber diferenciar que información es veras.

Hoy la información se genera por la dinámica del mercado de la información, debido a esto los receptores o alumnos reciben información de acuerdo a las necesidades del tiempo.

Ahora se habla del periodista-verificador frente al periodista-*gatekeeper*. En otras palabras, no tanto un periodista-portero que rechaza cierta información, sino un periodista-árbitro que ubica cada información según criterios consensuados de veracidad y credibilidad. De igual manera, en el campo de la Educación podríamos hablar de maestro-tutor frente a profesor-docente, como una persona capaz de guiar al aprendiz-ciudadano para la información desde la participación crítica y constructiva (Tiscar, 2006, pág. parr.4).

La comunicación social y la educación tienen cambios sustanciales debido al desarrollo de la tecnología. Los roles de los emisores- receptores, profesores y alumnos se intercambian.

El receptor, el emisor, el profesor y el alumno son finalmente “el ciudadano”. Todos somos ciudadanos y todos somos receptores, emisores, profesores, alumnos, etc. según el rol que adoptemos en cada momento del proceso de comunicación (Tiscar, 2006, pág. parr.5).

El ciudadano es el centro de toda relación comunicativa en la Sociedad de la Información, y esto es mayor responsabilidad para él, y en este momento es donde la comunicación y educación tienen el reto por delante, que es preparar al ciudadano del siglo XXI, para transformar la sociedad en donde vive.

La sociedad de la información, está formada por una red y redes dentro de la cual se puede reproducir, consumir en cualquier lugar la información, esta es inmediata.

La educación y su proceso de enseñanza- aprendizaje se dan fuera del espacio clásico del aula y más allá de los años de formación. La educación debe adaptarse a una sociedad que de aprendizaje continuo.

Los medios de comunicación social, contribuye a la formación del ciudadano crítico y plenamente formado para la participación democrática. Es importante que sea un periodismo explicativo y claro sobre sus principios, su funcionamiento interno, que sea más transparente, es decir, que será más creíble para el ciudadano.

En la Sociedad de la Información la ayuda al ciudadano en el acceso, verificación y producción de la información a participar del proceso comunicativo. El periodista capaz de compartir y explicar las excelencias del método periodístico a los ciudadanos. Con ese método los periodistas hacen-selección, verificación, investigación para que los ciudadanos sean parte activa en la nueva era digital.

Los jóvenes deben seleccionar la información necesaria, para que puedan tener un buen aprendizaje, es decir, para que adquieran conocimiento.

Los jóvenes deben aprender a generar sentido en la información, para que puedan tener un buen aprendizaje, por consiguiente, tengan conocimiento.

La Educación ha de formarles en la capacidad del aprendizaje autónomo, a aprender a aprender, para que puedan seguir construyendo su conocimiento en todas las etapas de su vida. Se necesita nuevos enfoques educativos para la formación del ciudadano digital y nuevas metodologías para afrontar procesos centrados en su aprendizaje. La Educación en Medios, o Media Literacy, actualizada a las características y análisis del ciberespacio puede servir de eje vertebrador para afrontar estos nuevos paradigmas de la Educación (Tiscar, 2006, pág. parr.9).

Teorías de la comunicación en un entorno postmoderno

Las TICs en la actualidad tienen un rol fundamental que ya generan otros enfoques teóricos y metodológicos que permitan comprender los nuevos procesos que se dan mediante las redes digitales. Esto va más allá de la sociedad de la información, y se denominada sociedad del conocimiento.

Por eso es importante una aproximación teórica que desborde a los modelos de comunicación conocidos en el campo de la teoría de la comunicación, para experimentar otros paradigmas que recojan las

modalidades actuales del saber y del conocimiento, posibles a través de las tecnologías informáticas y digitales (Pineda, 2014, pág. 1).

Con las TIC la vida se basa en la tecnología, en las nuevas generaciones.

La comunicación, el diálogo, el lenguaje y la intersubjetividad, buscan recuperar las interacciones mediadas a través de las redes y esto obliga a plantear nuevos paradigmas de la comunicación no unidireccionales ni verticales, con unas interfaces menos mecánicas, que se articulan en unos procesos más complejos, transdisciplinarios y alternativos, lo cual requiere de otras teorías y de una epistemología del otro (Pineda, 2014, pág. 1).

El horizonte tecnológico actual y la destrucción de las teorías de la comunicación.

Los medios de comunicación masivos tradicionales están sufriendo modificaciones, ya que todo se basa en lo tecnológico y este ocupa un lugar central desde el cual se mira e interpreta la realidad. “Si en épocas pasadas los medios masivos ocupaban un espacio importante de la vida social, ahora los nuevos medios digitales se acoplan con los viejos para convertirse en el prisma a través del cual percibimos el mundo en general” (Pineda, 2014, pág. 2).

En las sociedades postmodernas las tecnológicas son súper importantes, ya que por medio de ellas se dan las realizadas virtuales, realidades experimentales y la realidad fingida.

Es importante revisar los planteamientos teóricos tradicionales con el fin de explicar la información y la comunicación social. Estos se basan en la sociedad industrial, donde la tecnología era vista de forma diferente.

Las tecnologías han transformado en estructuras que permiten otras sensibilidades, que son escrituras y lecturas de lo real. Las personas tienen una visión diferente de la vida en base a la tecnología y a todo lo que esta ofrece. De esto se dan conceptos como el de inmediatez, el efímero, etc.

Ante esta realidad los nuevos aparatos tecnológicos de la postmodernidad, como las tecnologías digitales e informáticas se fundamentan en la reproducción social y simbólica ayudando en la conformación de un contexto rodeado de un conjunto de aparatos y avances tecnológicos, son los cuales parece imposible hoy vivir e interpretar la realidad, sobre todo para las nuevas generaciones.

Los jóvenes utilizan la tecnología de una forma social, producen contenidos y son consumidores de mensajes en red.

Las innovaciones tecnológicas han originado cambios en las formas de consumo mediático, en los modos de recepción y uso de los viejos y nuevos medios y han influenciado en las actitudes y mentalidades de las personas, esto forma un imaginario social diferente al de las sociedades industriales clásicas.

“Ese imaginario social se constituye en un horizonte histórico,... que impone un marco desde el cual mirar y ser mirado, interpretar y ser interpretado, comprender y ser comprendido y que en la actualidad está atravesando por las tecnologías” (Pineda, 2014, pág. 4).

Desde los años ochenta el predominio de los medios ha generado que todo se acelere hasta tal punto que en la actualidad tienen un alto uso de tecnologías como computadoras,

teléfonos móviles y estos generan diversos procesos de información, comunicación no contemplada en las teorías tradicionales de la comunicación social.

Las tecnologías de la información y la comunicación, son tecnologías blandas, ya que son tecnologías del alma e imagen. Ya que las maquinas hacen posibles intercambios simbólicos en un tiempo y espacio no lineal, ni geográfico, sino virtual, reticular, global que han revertido los lenguajes, las palabras y los roles de los sujetos dialogantes y que han introducido elementos de mayor desorden, caos e incertidumbres que las maquinas exactas de la sociedad industrial (Pineda, 2014, pág. 5).

En fin, las tecnologías digitales han transformado la escritura lineal y analítica de la palabra impresa, por hipertexto, el multimedia, la virtualidad y las redes. Esto trae consigo la formación de un nuevo pensamiento, que es el sintético que no es tan racional, haciendo posibles nuevas teorías de la comunicación en torno a lo postmoderno.

Metodología

Para el desarrollo del producto comunicacional es necesario utilizar los siguientes métodos, para realizar una investigación científica, participativa y social, en relación a la necesidad de buscar la problemática comunicacional, así como sus conceptos y sus elementos, para descubrir nuevos conocimientos, pero sobre todo consolidar los ya existentes.

Las metodologías aplicadas en este estudio son:

- **La Investigación Bibliográfica Documental:** “Es el conjunto de técnicas y estrategias que ayudan a localizar, identificar y acceder a documentos que contienen la información pertinente para la investigación” (Oocities, 2000, pág. parr.1).

Dentro del presente trabajo se aplica esta investigación, porque fue necesario buscar bibliografía para el sustento teórico del mismo.

- **Método Inductivo:** “Este método va de lo particular a lo general” (Carvajal, 2013, pág. 1). Al comenzar a realizar un análisis acerca de la elaboración de la página web, se fue determinando algunos temas que se realizan dentro de la corporación para que forme dentro de la web, con el fin de mostrar la labor de la corporación a lo largo de los años.
- **Método Empírico:** Es muy necesario dentro de esta investigación por cuanto su fundamento radica en la percepción directa del objeto de investigación y del problema, así podremos determinar la validez de las nuevas estrategias de comunicación que se aplicarán y sobre todo seguir el monitoreo de los resultados

para determinar actividades de acuerdo a la flexibilidad de los objetivos propuestos.

- **Método deductivo:** Se aplicará este método para conocer la realidad comunicacional Institucional así como de afirmaciones generales a hechos particulares obtenidas en nuestra investigación mediante: Bibliografía, Entrevistas, Cuestionarios, observaciones.
- **Método Participativo:** Es un método donde todos los actores beneficiarios del proyecto comunicativo podrán participar indirectamente en la realización del producto hipermedia, por medio de mostrar su trabajo, como entrevistas, análisis comparativos, planificación, etc., en la página web.

Preproducción

Público/ usuarios específicos

El público objetivo de la página web www.elbuensembrador.org son los pueblos kichwa de Nacionalidad Panzaleo que viven en las ciudades en consecuencia de la migración del campo a la ciudad específicamente los usuarios serán los socios y accionistas de la Corporación.

Se encuentran ubicados en la provincia de Cotopaxi en el Cantón de San Miguel de Salcedo, las edades fluctúan entre personas adultas: de 12 años a 60 años de edad, de sexo masculino y femenino, de un estrato económico social media y de un nivel de educación media.

Tabla 2. Identificación de indicadores del problema

Indicadores	Efectos
La Corporación de Desarrollo Social comunitario y comunicación “El Buen Sembrador” no es muy conocida	Falta de difusión en San Miguel de Salcedo y en la web.
La desinformación contribuye a generar ideas erróneas sobre lo que es la Corporación	No existe información oficial en San Miguel de Salcedo
Poca información en los medios	La Corporación está casi imposibilitado en su crecimiento, no existe espacio para darse a conocer

Elaborado por: Luis Germán Cañar Unaicho

Objetivos de producción

- Crear una página web acorde con las nuevas tecnologías actuales.
- Dar una herramienta comunicativa a la corporación “El Buen Sembrador “para que pueda difundirse y darse a conocer.
- Sistematizar la información para una mejor comprensión de los visitantes.

Fuentes de información

Tabla 3. Fuentes

N°	FUENTES	PRIMARIAS	ESPECIALIZADAS
1	Documentos originales, actas de constitución de la organización, reglamentos, estatutos.	X	
2	Reunión y dialogo con los principales directivos de la corporación: Ramón Pérez, Zoila Ayala, Ramiro Jácome, Augusto Cajamarca	X	
3	Participación en la capacitación en técnicas de Comunicación y locución organizada por la Corporación	X	
4	Documentos sobre la información institucional como: misión, visión, sus objetivos, su imagen corporativa, proyectos.	X	
5	Libros	X	X
6	Entrevistas	X	
7	Video tutoriales		X

Elaborado por: Luis Germán Cañar Unaicho

Propuesta

El auge de las nuevas tecnologías de la información como es el internet, ha traído a una revolución tecnológica que centra en procesos de interacción, generación y transmisión de la información y es que hace que pensemos en tomarla para el beneficio de la Corporación de desarrollo comunitario “El Buen Sembrador”, para desarrollar una página web institucional, la misma que contendrá, publicaciones periódicas, vinculación con redes sociales y formación continua para la producción radial.

En el producto hipermedia planteamos un esquema de navegación no lineal donde el usuario accederá o navegará en un camino general que permitirá un desvío controlado a fin de que tenga una gama de opciones para revisar todo el contenido por cada menú contendrá un submenú desplegable cada una con su información.

El aporte que realizaremos a la corporación será de entregar una herramienta tecnológica global e interactiva la misma que servirá para interactuar entre los socios y socios patrocinadores de la corporación y público en general y servirá como una herramienta de capacitación, información y ayuda a aquellos comunicadores que deseen conocer sobre las herramientas utilizadas para la producción de un contenido comunicativo.

Cronograma

Tabla 4. Cronograma de ejecución

ACTIVIDADES	2015				2016																	
	NOBIEMBR E		DICIEM BRE		ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOS TO	SEP TIE MB RE	OCT UBR E	
	04 al 15	16 al 30	1 al 13	14 al 31	01 al 07	08 al 31	1 al 14	15 al 29	1 al 1	2 al 31	1 al 17	18 AL 30	1 A L 1 5	16 AL 31	1 AL 19	20 AL 30	1 AL 7	6 AL 31	1 AL 31	1 AL 30	1 AL 31	
Recolección de la información																						
Sistematización de contenidos																						
Realización de Objetivos: generales, específicos y justificación																						
Marco teórico																						
Revisión y modificación del marco teórico																						
Realización de la propuesta, metodología y mapa de navegación																						
Realización de: Ficha técnica, publico específico, fuentes, financiamiento producción																						
Elaboración del guion multimedia																						
Realización de: posproducción, publicación y conclusiones																						
Diseño y publicación de la página web																						
Trámites para la solicitud de un lector de tesis																						
Entrega del primer y segundo borrador																						
Presentación final del producto y ensayo																						

Elaborado por: Luis Germán Cañar Unaicho

Presupuesto

Tabla 5. Presupuesto del proyecto

FINANCIAMIENTO		
ACTIVIDADES	RUBROS	VALOR
DISEÑO DEL PRODUCTO	Dominio	12.00
	Hosting	42.00
	Estrategia de Comunicación	100.00
	Planificación de la Comunicación	100.00
SUMINISTROS	Movilización	70.00
	Diseñador gráfico	1.000
	Internet	100.00
	Alimentación	250.00
SUMINISTROS	Impresiones	60.00
	Teléfono	10.00
TOTAL		1.674
IMPREVISTOS		300
COSTO TOTAL DEL PRODUCTO		1.974

Elaborado por: Luis Germán Cañar Unaicho

Producción

Al cumplir con todos los parámetros de la investigación que compensa nuestra investigación comunicacional y cumpliendo con todo el proceso establecido en la preproducción empezaremos a ejecutar con la implementación y explicación de cómo estará establecido nuestra página web.

Partiendo de que la Conversión tecnológica es el marco tecnológico, empresarial y comunicativo que describe y define la industria de la información, el conocimiento y el entretenimiento del siglo XXI. Permite

la creación de producciones multimedia con estructura hipermedia e interactividad que determinan el modo de presentación, exhibición, recepción, procesamiento, distribución y recreación de la información (Dr. Gabelas Barroso, Dra. Lazo, & Hergueta Covacho, 2012, pág. 2).

En este sentido la página web de la corporación estará realizada en una navegación no lineal donde se desplegará varios menús para que el usuario pueda elegir los menús que desee conocer el cual en cada contenedor de la información estará debidamente ilustrada con infografías que ayuden al fácil entendimiento y navegabilidad para que el usuario pueda procesar la información de acuerdo a sus intereses y necesidades.

Al ser el internauta-participante que ejercita y desarrolla un conjunto de destrezas expresivas y tecnológicas como la manipulación de datos, manejo de aplicaciones multimedia, búsqueda incesante de la información, se ha visto la necesidad de implementar productos comunicativos con un modelo de transmisión de la información mediante la mediación de la tecnología para que el usuario de manera concreta pueda conocer a forma de artículos de noticia, comunicados sobre toda la información institucional relevante y actual.

La Página Web Institucional invita a los usuarios a conocer de manera muy sencilla todo el contenido de acuerdo al menú ingresado el cual podrá avanzar con un solo clic a la información sin perderse hasta revisar toda la información.

Los colores manejados en la página serán de acuerdo a los colores propios de la Corporación de desarrollo comunitario el “buen sembrador” para implantar en el usuario una imagen institucional que pueda recordar e identificarlos.

Contendrá una estructura básica que facilite enormemente la navegabilidad del usuario, fácil acceso a todos los contenidos, podrá acceder a la información resumida y concisa con el fin de que sea recordable y retenida por el internauta.

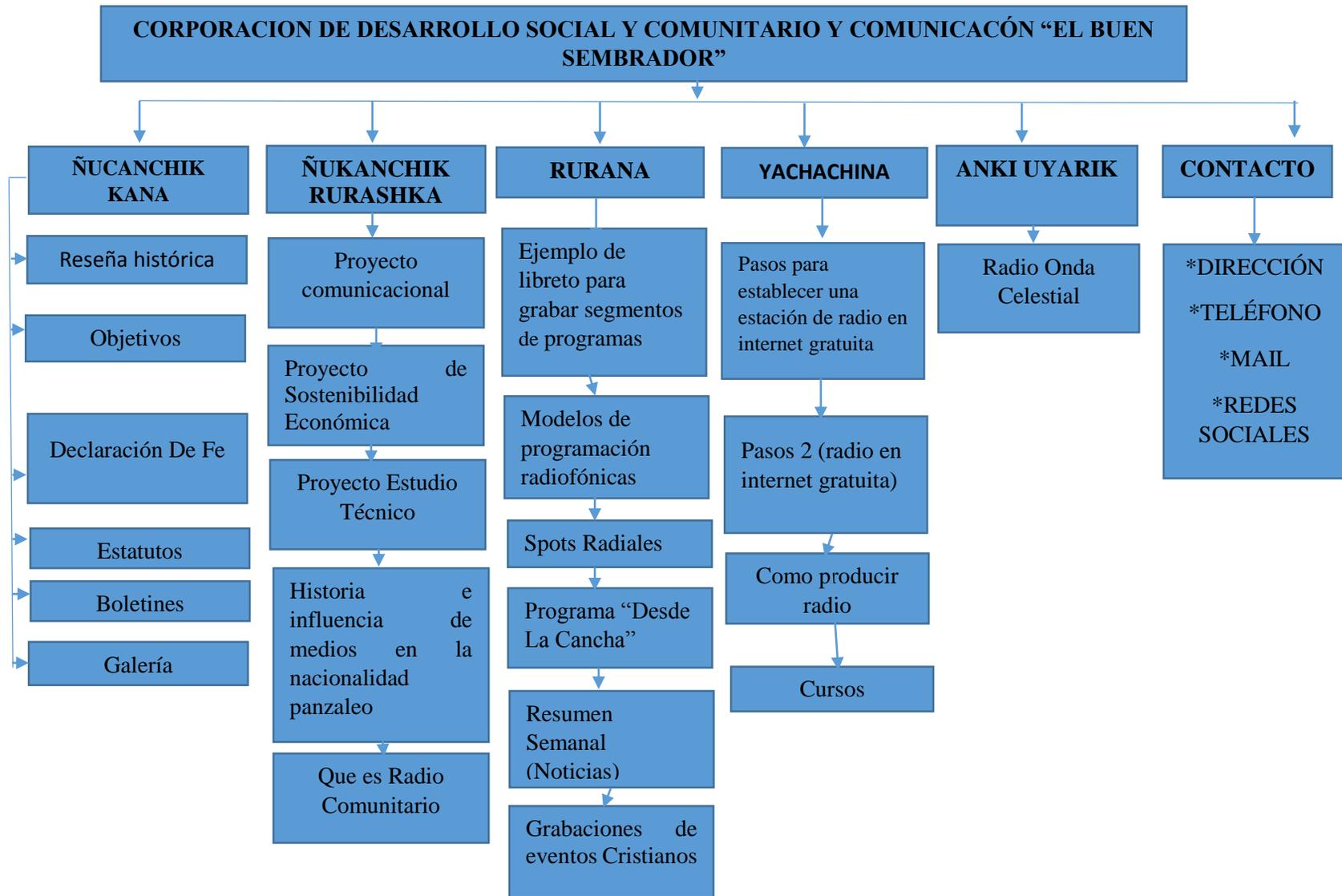
Con el fin de que la página contenga un entorno de fácil acceso con los usuarios de la Corporación, se manejara en un 10% en idioma quichua lenguaje materno delos pueblos y nacionalidades panzaleos.

Concibiendo que la corporación tiene fines sociales, comunitarios y comunicacionales se realizara video tutoriales de contenidos Comunicacionales con fines de capacitación a su personal entorno al manejo de las herramientas comunicativas.

Cubriendo así las necesidades requeridas por la institución a fin de que pueda publicar todos los contenidos informativos y estar acorde a las nuevas exigencias tecnológicas actuales.

Mapa de navegación

Figura 1. Mapa de Navegación.



Características de Hosting y dominio

Figura 2. Características de Hosting y dominio

The image shows two side-by-side screenshots. The left screenshot displays a 'Hosting Elemental' plan for \$32 Annual. Key features listed include: 20 GB disk space, unlimited email, cPanel control panel, +1000 web applications, included RVSiteBuilder, included SEO optimizer, automatic backups, 24/7 support, and unlimited MySQL/FTP. The right screenshot shows a domain search interface for 'www.elbuensembrador.org'. It includes a search bar with the domain name and a grid of domain extensions with checkboxes, such as .com, .net, .org (checked), .info, .mx, .com.mx, .net.mx, .org.mx, .gob.mx, .asia, .biz, .bz, .ca, .cn.com, .co, .de, .es, .eu, .in, .me, .mn, .mobi, .name, .nz, .tel, .tv, .uk, .us, .ws, and .nl.

Fuente: (RadioHosting, 2016)

Ficha técnica del producto

Tabla 6. Ficha técnica de la página web

FICHA TECNICA	
NOMBRE DEL PRODUCTO:	www.elbuensembrador.org
FORMATO:	WEB
PLATAFORMA DE VISUALIZACION:	CMS-HTML5
AUTOR:	LUIS GERMÁN CAÑAR UNAUCHO
AÑO DE PRODUCCION:	QUITO ,2016

Elaborado por: Luis Germán Cañar Unaicho

Manual de identidad corporativa



La marca

La Corporación de Desarrollo Social comunitario y comunicación “El Buen Sembrador” es una organización que agrupa a todos los ciudadanos migrantes de diferentes comunidades y pueblos del Cantón, la Provincia y del País, parara trabajar mancomunadamente por el bienestar social, cultural y económico cuyo compromiso es de capacitar, comunicar, dialogar y escuchar a todos quienes son parte de la corporación.

Se ha creado para la corporación una imagen corporativa que en su logo contiene en palabras los compromisos de la corporación también ayudara a comunicar, transmitir, a nuestra audiencia el compromiso que tenemos con la comunidad de sembrar, buena semilla en terreno fértil, y en el campo de una comunicación democrática y participativa.

Isologo vectorizado



Figura 4. Isologo vectorizado
Elaborado por: Luis Germán Cañar Unaucho

Construcción y aplicación

El logotipo el buen sembrador está realizada en adobe ilustrador, está compuesta por tres formas principales y tres palabras en texto y una imagen..

La forma principal del logo es la C (isotipo) en colores de arcoíris el cual contendrá una imagen similar al de un campo y una mano conteniendo una antena radial y semillas que están cayendo en el terreno, que luego la complementara con la palabra 'orporación' los mismo que transmiten sencillez, liderazgo y compromiso, cuya tipografía es personalizada que ayuda a la marca tener una identidad propia.

Isotipo

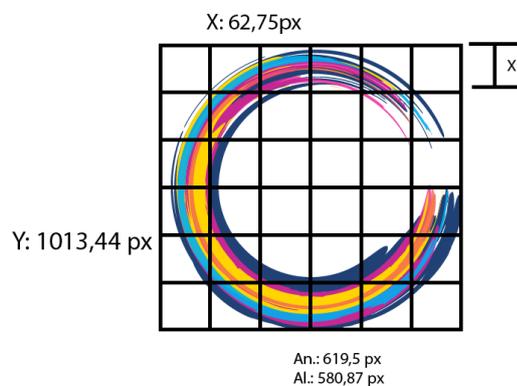
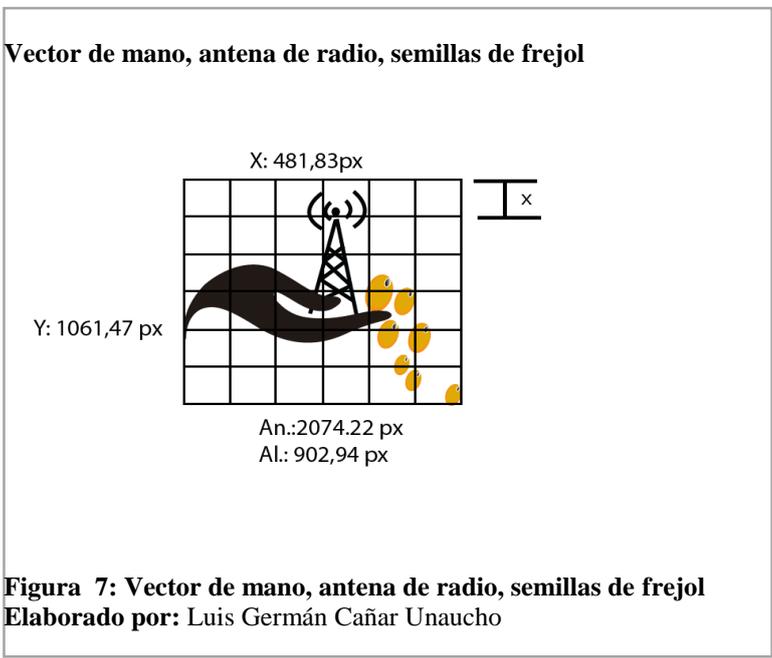
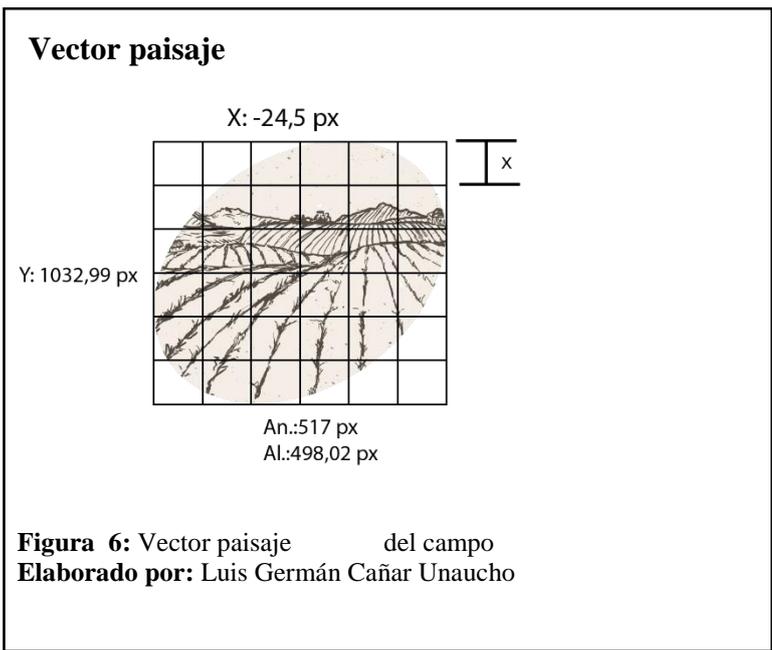


Figura 5: Isotipo en forma de C
Elaborado por: Luis Germán Cañar Unaucho



Tipografía en colores con degradado

X: 558px

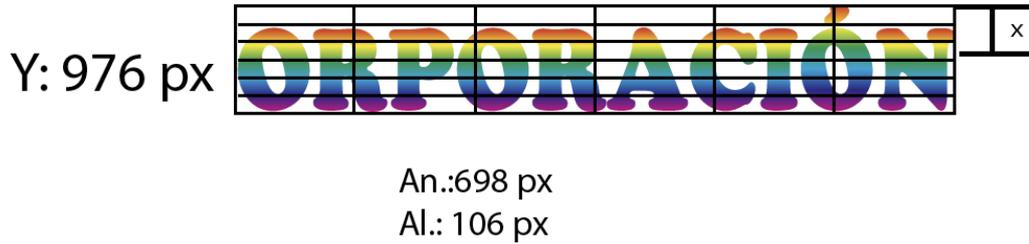


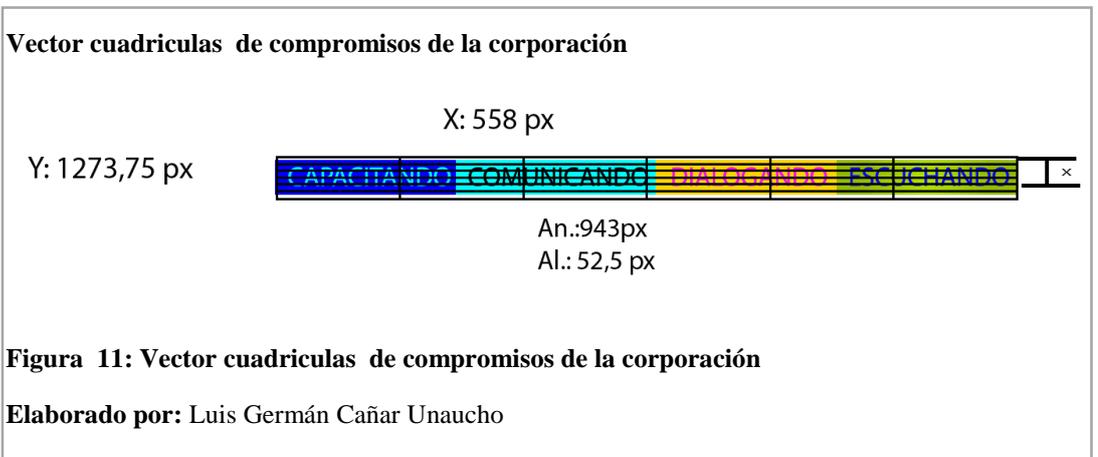
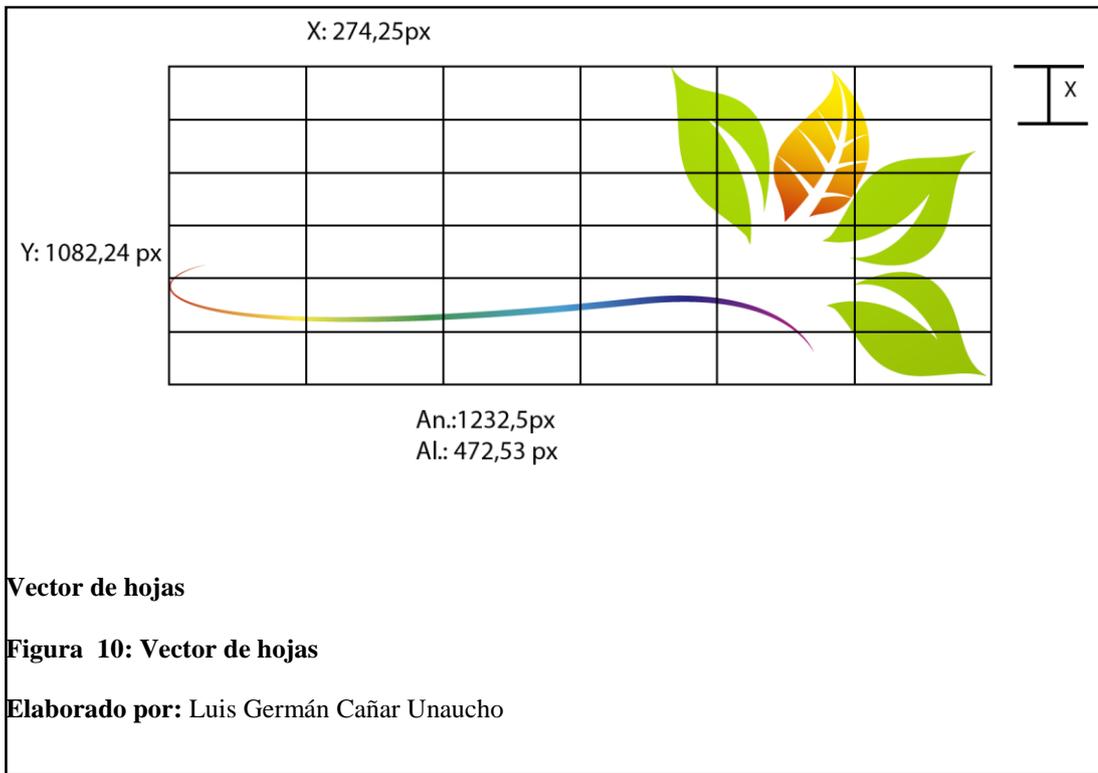
Figura 8. : Tipografía en colores con degradado
Elaborado por: Luis Germán Cañar Unaicho

Y está acompañada por la palabra el buen sembrador como identificador seguido de unas hojas frescas de color verde significando la frescura y vida de una planta bien cultivada.

Tipografía en dos colores



Figura 9. Tipografía en dos colores
Elaborado por: Luis Germán Cañar Unaicho



Modulación

El logotipo, se inscribe en una superficie modular de proporciones en pixeles de 860,93 X 286 px

Isologo completo



Figura 12. : Isologo completo

Elaborado por: Luis Germán Cañar Unaicho

Área de protección

Se ha establecido una area de proteccion alrededor del logotipo, donde bajo ninguna circunstancia debe ponerse elementos graficos que vayan a interferir la lectura y persepcion del logotipo, el area de proteccion esta marcada con medida en pixeles entorno a su alrededor cuya medida es de 1949,51 px

Area de proteccion



Figura 13 : Area de proteccion

Elaborado por: Luis Germán Cañar Unaicho

El Color

El color principal del logotipo son todos los colores del arcoíris y como color secundario el color negro

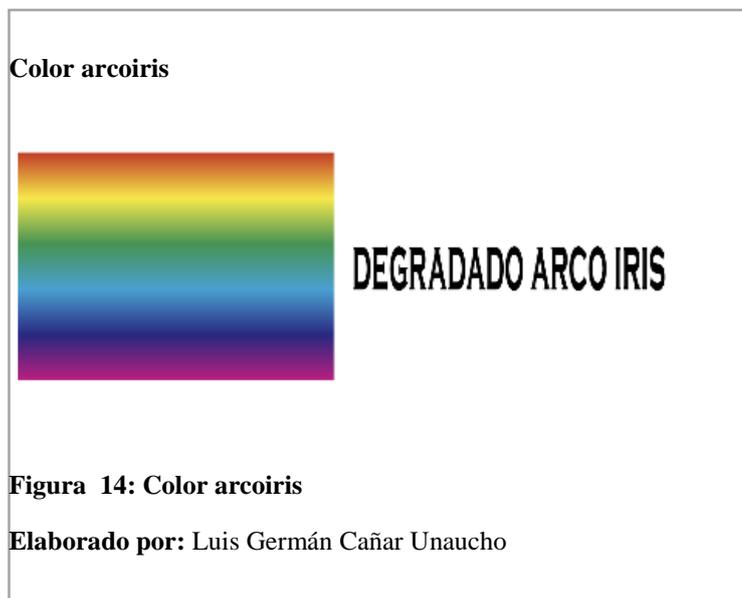
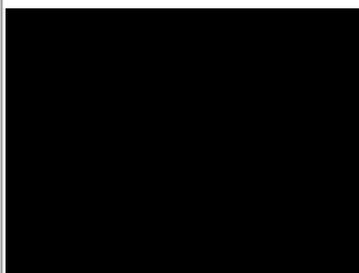


Figura 14: Color arcoiris

Elaborado por: Luis Germán Cañar Unaicho

Color negro



COLOR NEGRO
C: 74%, M:83%, Y: 73%, K 80%
070701

Figura 15: color negro

Elaborado por: Luis Germán Cañar Unaicho

Aplicaciones cromáticas.

Isologo sobre color amarillo



Figura 16: Isologo sobre color amarillo

Elaborado por: Luis Germán Cañar Unaicho

Isologo transparente



Figura 17: Isologo transparente

Elaborado por: Luis Germán Cañar Unaicho

Isologo sobre el color gris



Figura 18: Isologo sobre el color gris

Elaborado por: Luis Germán Cañar Unaicho

Isologo sobre el color negro



Figura 19. Isologo sobre el color negro

Elaborado por: Luis Germán Cañar Unaicho

Isologo sobre el color blanco



Figura 19: Isologo sobre el color blanco

Elaborado por: Luis Germán Cañar Unaicho

Tipografía



Usos no correctos

Se recomienda tener mucho cuidado en los cambios que desee realizar al logotipo de la identidad corporativa.



Distorsión en su proporcionalidad vertical



Figura 22: Distorsión en su proporcionalidad vertical

Elaborado por: Luis Germán Cañar Unaicho

Distorsión en su proporcionalidad horizontal



Figura 23: Distorsión en su proporcionalidad horizontal

Elaborado por: Luis Germán Cañar Unaicho

Aplicaciones y usos

El logo se puede utilizar en varias objetos que sea imprimible



Hojas membretadas



Camisetas



bolsos

Utilización en diseño web.

El logotipo se utilizara específicamente en el diseño de la página web institucional la cual está ubicado en la parte inferior del banner de la página a lado derecho de la plantilla de la página.

Interfaz de la Pagina principal

Figura 25: Interfaz de la Pagina principal



Figura 25: Interfaz de la Pagina principal

Elaborado por: Luis Germán Cañar Unaicho

Guion multimedia

Tabla 7. Guion Multimedia del producto

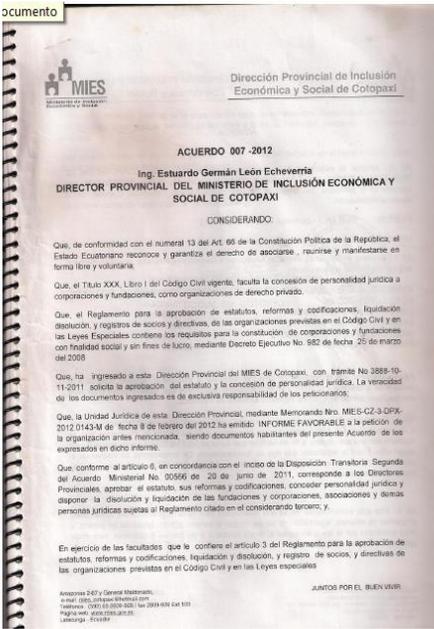
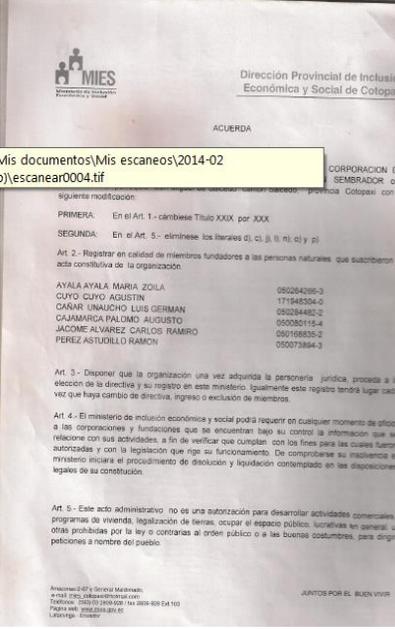
GIÓN MULTIMEDIA									
N°	Contenido textual (menús)	Indicaciones		Necesidades técnicas					
		Explicación	Eventos	Fotografía	ARCHIVOS PDF	Enlaces	Artículos	Módulos	Banner
PANTALLA PRINCIPAL									
1	<p>PANTALLA PRINCIPAL (kallary)</p> <p>En la página principal contendrá; logotipo de la institución, localización, Banner, contador de visitantes, video, twitter, enlaces externos, me gusta de Facebook artistas locales y enlaces para escuchar su música, noticias, calendario y google maps etc.</p>  <p>www.supercom.gob.ec www.cordicom.gob.ec www.comunicacion.gob.ec</p>	Visualización directa de la pantalla inicial	Deslizar el mouse por los menús principales para que se despliegue los submenús	X		X		X	X

<p>La Corporación "El Buen Sembrador"</p> <p>Capacito a sus colaboradores</p> <p>En temas de:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Producción radial * Locución * Edición y masterización de audio <p>Capacitador: Misionero Allen Graham COMUNICADOR</p> 								
MENU DOS								
<p>2 MENU: ÑUCANCHIK KANA (LA CORPORACIÓN)</p>	<p>Despliegue de los submenús</p>	<p>Hacer clic en el menú seleccionado o para ver la información</p>	X			X		X
<p>2.1 SUB MENU: RESEÑA HISTORICA</p> <p>La Corporación de Desarrollo Social Comunitario y Comunicación "EL BUEN SEMBRADOR" nace como proyecto de radio Online en el año 2013 de las manos de nuestro padre celestial y con la colaboración de nuestros hermanos: Hna. Zoilita Ayala, Ramón Pérez, German Cañar, se pone en la red la radio Online Onda Celestial la misa que se trasmite solo en internet.</p>	<p>Aparición de texto</p>	<p>Hacer clic para ver el contenido</p>						

	<p>Con ayuda grandiosa de Dios y también con la ayuda nuestro hermano misionero IGN. JOHN K. TOMEMERBAKK Y SU ESPOSA. Y nuestro hno. Ramón Pérez con más de 10 años de experiencia en la rama de radio difusión, nos ha permitido formar una radio con un nuevo concepto de calidad y buena programación, y con la ayuda de la nueva integración de nuevos programadores como: Segundito Huilcarema, Gonzalo Vargas, Rosita Choloquina, Jorge Cofre, Segundo Cofre con cada uno de ellos hemos llegado a ser una familia radial comprometida con los preceptos de la palabra de dios , lo que hace que brindemos a nuestro oyente programación de calidad.</p> <p>RADIO ONDA CELESTIAL: empieza a operar y servir a la comunidad y haciendo uso de la tecnología disponible hemos contratado y diseñado una página web para transmitir el audio de la radio vía Streaming, quedando en la actualidad en url.www.radioondacelestial.net. Posteriormente se contrata espacio en la radio “nuevos horizontes de Latacunga en el dial 1.460 AM. Todos los domingos a partir de las 09H00 am hasta las 18H00 pm. Con diferentes programas hasta la actualidad.</p> <p>Viendo la necesidad de contar con una frecuencia de radio propia se decide participar en el concurso de frecuencia de fechallamamiento que lo hace ARCOTEL, por su parte la Corporación empieza a desarrollar el Proyecto Comunicacional, Proyecto de sostenibilidad y económica y proyecto técnico requisitos solicitados por ARCOTEL</p>			X			X		X
2.2	<p>SUBMENU: OBJETIVOS</p> <p>CONSTITUCION: Según el Art. 1 de estatutos La Corporación de desarrollo Social Comunitario y Comunicación “EL BUEN</p>	Aparición de texto	Clic para ver la información						

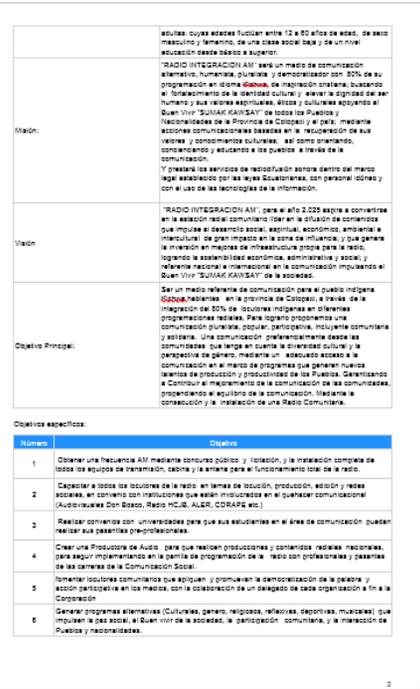
	<p>SEMBRADOR”, surge con el objeto de agrupar a todos los ciudadanos migrantes de diferentes comunidades y pueblos del Cantón, la Provincia y del País, parara trabajar mancomunadamente por el bienestar social, cultural y económico propendiendo a la superación intelectual de sus socios, como una organización de derecho privado.</p> <p>MISION: Enaltecer glorificar y exaltar a Dios en todas las actividades que realizamos, siendo una Corporación que capacite en temas comunicacionales que satisfaga las necesidades intelectuales de nuestra sociedad al ofrecer servicios de calidad, de entregar un apoyo estratégico para todas las comunidades cuya misión sea integrar, capacitar a todas las comunidades del gran pueblo quichua Panzaleo.</p> <p>VISIÓN: para el año 2.017 aspira contar con una propia frecuencia y así poder transmitir y llegar a todas las comunidades en el centro del país y ser un medio referente cristiano y de impacto en la zona de influencia con proyectos muy diferentes y renovadores</p>						X	X
2.3	<p>SUBMENU: DECLARACIÓN DE FE</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Creemos que hay un solo Dios, que existe eternamente en tres personas: Padre, Hijo y Espíritu Santo. 2. Creemos en Dios Padre, un espíritu personal infinito; perfecto en santidad, sabiduría, poder y amor. Creemos que se interesa misericordiosamente en los asuntos de cada persona, que escucha y contesta la oración y que salva de pecado y muerte a todos los que vienen a Él a través de Jesucristo. 	Aparición de texto	Clic para ver la información				X	X

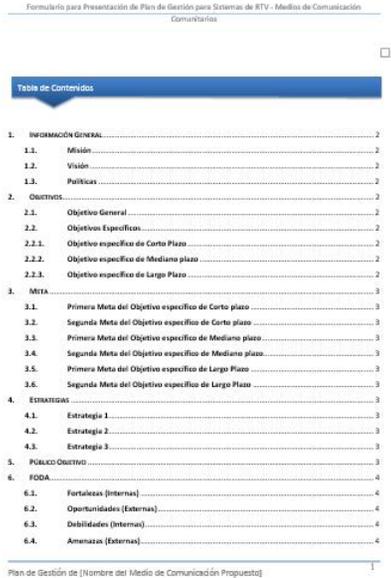
	<p>3. Creemos en Dios Espíritu Santo, el Ayudador y Consolador, en Su dirección diaria y revelación de la verdad, en que convence de pecado, justicia y juicio, y en Su presencia que viene a morar en la persona en el momento de la salvación, permitiendo que los creyentes vivan vidas santas.</p> <p>4. Creemos en la resurrección tanto de los salvos como de los perdidos; los salvos a la resurrección de vida eterna y los perdidos a la resurrección de condenación eterna</p> <p>5. Creemos en la unidad espiritual de los creyentes en nuestro Señor Jesucristo</p>								
2.4	<p>SUBMENÚ: ESTATUTOS.- En esta parte del menú contara la copia escaneada en pdf de todo el contenido del estatuto aprobado de la Corporación de Desarrollo Social Comunitario “El Buen Sembrador” por el Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi.</p>	Aparición de texto	Clic para ver la información		X		X		X

	<p>Documento</p> 						
2.5	<p>SUBMENÚ: BOLETINES</p> <p>LA CORPORACIÓN POR UN FRECUENCIA DE RADIO PROPIA</p>	Aparición del texto	Clic para ver la información				

<p>Boletín informativo</p>	<p style="text-align: center;">Unidos somos mas</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>CORPORACION "El Buen Sembrador"</p> <p>www.elbuensembrador.org</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>www.radioondacelestial.net</p> </div> </div> <p style="font-size: small; text-align: center;">La Corporación de Desarrollo Social, Comunitario y Comunicación "EL Buen Sembrador" con el afán de hacer conocer mas su institución y la Radio Onda Celestial crea dos paginas web para sus Accionistas, usuarios y oyentes, con el fin de Socializar y dar mayor información y accesibilidad a sus asociados.</p>								
<p>2.6</p>	<p>SUBMENU: GALERÍA: En este espacio contendrá todas las fotografías documentadas de la Corporación.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>	<p>Aparición de la Galerías de fotos</p>	<p>Clic para visualizar</p>	<p>X</p>		<p>X</p>			<p>X</p>

MENU TRES

3	MENU: ÑUKANCHIK RURASHKA (COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA)	aparición del menú	clic para elegir el menú					X
3.1	<p>SUBMENU: PROYECTO COMUNICACIONAL</p> <p>Se subirá todo el documento del proyecto realizado en formato PDF.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 48%;">  </div> <div style="width: 48%;">  </div> </div>	Aparición del documento	Clic para visualizar	X				X

<p>3.1</p>	<p>PROYECTO SOSTENIBILAD</p> <p>Se insertará todo el documento en PDF del proyecto de sostenibilidad mediante un enlace.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>	<p>Aparición del documento</p>	<p>Clic para visualizar</p>	<p>X</p>					<p>X</p>
<p>3.2</p>	<p>SUBMENU: ESTUDIO TÉCNICO</p> <p>Se insertará todo el documento del proyecto Técnico realizado en formato PDF.</p>	<p>Aparición del documento</p>	<p>Clic para visualizar</p>	<p>X</p>					<p>X</p>

**MEMORIA TECNICA
RADIO INTEGRACION AM**

1. CONSIDERACIONES GENERALES.

Los sistemas de radiodifusión conocido como "Broadcasting" se componen de dos partes:

1. Sistema de operación de Estudios, que se compone de Estudio Principal y Estudio Secundarios.
2. Sistema de operación RF, que a su vez se compone de Estación Matriz y Estaciones Repetidoras.

El sistema de Radiodifusión Comunitaria INTEGRACION AM se compondrá de su estación matriz, donde su Estudio Principal se ubicará en la ciudad de San Miguel de Salcedo, Cantón Salcedo, Prov. de Cotopaxi y el sistema de Transmisión RF se ubicará en la Comuna Unión y Trabajo Parroquia Mulañillo ubicado al occidente de la ciudad de San Miguel de Salcedo, para tener cobertura de los principales cantones de la Provincia de Cotopaxi. En la figura 1, se muestra el esquema referencial de ubicación de la Estación Matriz.



Figura 1. Ubicación Estudios Estación Matriz San Miguel de Salcedo.

De acuerdo a las bases del Concurso Público de Frecuencias se participara por la siguiente asignación de Frecuencia AM 1420 KHz, para medios de Comunicación Privados o Comunitarios y su frecuencia auxiliar 939.16 MHz para el enlace Estudios-Transmisor, STL.

Estación Matriz: Ciudad de Salcedo

No.	FRECUENCIA	AREA DE COBERTURA
26	1420 KHz	SAN MIGUEL (SALCEDO)

3.3	SUBMENÚ: HISTÓRIA E INFLUENCIA DE MEDIOS EN LA NACIONALIDAD PANZALEO	Aparición del menú	Clic para visualizar	X			X		X
-----	---	---------------------------	-----------------------------	----------	--	--	----------	--	----------

<p>HISTORIA DE PANZALEOS La nacionalidad Panzaleo geográficamente está ubicado al Sur de la provincia de Cotopaxi en los cantones Latacunga, La Mana, Pujilí, y Salcedo.</p> <p>IDIOMA. Su primer idioma de relación entre ellos es el Kichwa son en muchos casos bilingües y como su segunda lengua es el español.</p> <p>ORGANIZACIÓN La forma de organizarse de estos pueblos es de una familia ampliada donde tiene una relación estrecha entre: Bisabuelos, Abuelos, Padres, hijos, nietos, cuñados, tíos Etc. La autoridad más cercana es el presidente de la Comunidad como organización de primer grado, apoyada por la organización de segundo grado como los cabildos ubicadas en cada parroquias y al nivel provincial están representadas por el movimiento indígena de Cotopaxi (MIC) y la federación de Iglesias Evangélicas de Cotopaxi (FIEC) y a nivel nacional por la Confederación de Nacionalidades indígenas del Ecuador (CONAIE)</p> <p>PRACTICAS PRODUCTIVAS Su actividad productiva es la Agrícola y pecuaria la misma que es producida para el autoconsumo y para expender en los mercados de la provincia de Cotopaxi.</p> <p>Los productos más cultivados son: Papas, el maíz, cebada, trigo, mellocos, cebolla, arveja, habas, y ajo. En su actividad pecuaria, desarrollan la crianza de ovejas, ganados, cerdos.</p>								
--	--	--	--	--	--	--	--	--

	<p>COSTUMBRES: Sus costumbres están siempre visibles en sus fiestas como es el Corpus Cristi, donde actúan personajes como el Taita danzantes y mama Danzantes, sus vestimentas representan a los pueblos originarios. Las fiestas siempre van acompañadas de música y ritmos autóctonos como son: la Flauta, el tambor, bocina, pingullo.</p> <p>INFLUENCIA DE LOS MEDIOS. En el Pueblo panzaleo directamente no ha existido mucha influencia de los medios de comunicación, ya que en la actualidad solo existe dos radios (Radio Runatacuyac y Radio Latacunga) que solo se han dedicado a ser radios estrictamente musicales aun existiendo locutores en idioma kichwa no han cautivado a la audiencia ya que no han creado contenidos radiofónicos que integre las costumbres, saberes, tradiciones que puedan atraer e impactar al Pueblo Panzaleo.</p>								
3.4	<p>SUBMENU: QUE ES RADIO COMUNITARIO</p> <p>Según la ley Orgánica de Comunicación en su sección III artículo 85 define: Los medios de comunicación comunitarios son aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u organizaciones sociales sin fines de lucro, a comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades. (Asamblea Nacional, 2014, pág. 69)</p>	Aparición de menú	Clic para visualizar				x		x
MENU CUATRO									
4	MENU: RURANA (PRODUCCIÓN)	Aparición del menú	Clic para visualizar menús						x

4.1	<p>SUBMENU: Libreto para grabar segmentos de programas</p> <p style="text-align: center;">LIBRETO SEGMENTOS Presentación “LA SOCIEDAD GOTICA”</p> <p>Libreto: Luis Cañar</p> <p>CONTROL: <u>MÚSICA ENTRA, MANTIEN Y PASA A FONDO</u></p> <p>LOCUTOR: (CORDIAL) Bienvenidos a todas y todos a tu programa preferido en</p> <p>CONTROL: <u>Efectos</u></p> <p>LOCUTOR: (Voz con eco) “La Sociedad Gótica”,</p> <p>LOCUTOR: (Cordial) Un programa que noche a noche te brinda detalles de toda la escena a nacional e internacional</p> <p>CONTROL: <u>Finaliza fondo musical</u></p> <p style="text-align: center;">LIBRETO SEGMENTOS Presentación “EL MURCIELAGARIO”</p> <p>Libreto: Luis Cañar</p> <p>CONTROL: <u>MÚSICA ENTRA, MANTIEN Y PASA A FONDO</u></p> <p>LOCUTORA: (CORDIAL) El espacio el murcielagario, es un homenaje merecido a las más reconocidas voces de autores, músicos, poetas, entre otros.</p> <p>CONTROL: <u>MÚSICA MANTIENE Y PASA A FONDO</u></p>	Aparición del submenú	Clic para visualizar texto				x		x
-----	--	-----------------------	----------------------------	--	--	--	---	--	---

<p>LOCUTOR: (Cordial) “El Murcielagario”</p> <p>CONTROL: <u>Finaliza fondo musical</u></p>							
<p style="text-align: center;">LIBRETO SEGMENTOS Presentación “EL SEPTIMO ARTE”</p> <p>Libreto: Luis Cañar</p> <p>CONTROL: <u>MÚSICA ENTRA, MANTIEN Y PASA A FONDO</u></p> <p>CONTROL: <u>Efectos de música sinfónica 5ta sinfonía de Beethoven</u></p> <p>LOCUTORA: (CORDIAL) Saludos, damas y caballeros esto es el espacio donde compartiremos todas las escenas cinematográficas de expertos, además de recomendaciones de películas clásicas y nuevas. Bienvenidos y Bienvenidas, iniciamos</p> <p>CONTROL: <u>Efectos de música sinfónica 5ta sinfonía de Beethoven</u></p> <p>LOCUTORA: (CORDIAL) EL SEPTIMO ARTE</p> <p>CONTROL: <u>Finaliza fondo musical</u></p>							
<p style="text-align: center;">LIBRETO SEGMENTOS Presentación “LA ENTREVISTA”</p> <p>Libreto: Luis Cañar</p> <p>CONTROL: <u>MÚSICA ENTRA, MANTIEN Y PASA A FONDO</u></p> <p>CONTROL: <u>Efectos de música sinfónica 5ta sinfonía de Beethoven</u></p>							

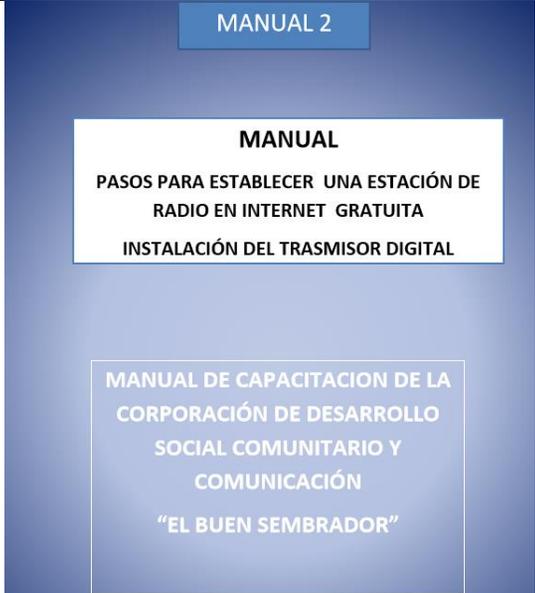
	<p>LOCUTORA: (CORDIAL) La entrevista, espacio dedicado a grandes personajes de la actualidad que marcan historia. Iniciamos</p> <p>CONTROL: <u>MÚSICA MANTIENE Y PASA A FONDO</u></p> <p>LOCUTORA: (CORDIAL) La Entrevista</p> <p>CONTROL: <u>Finaliza fondo musical</u></p>								
4.2	<p>SUBMENU: Modelos de Programación radiofónicas</p> <p>Los modelos radiofónicos pueden ser varias, pero el modo de idear la estructura y el contenido de la radio solo se puede suponer a partir de haber definido cuál es el propósito principal del medio de comunicación y de acuerdo al tipo de audiencia, principios editoriales y su público objetivo, así pueden ser:</p> <p>Radio Generalista. Es aquella que su contenido programático es variado puede contener informativos, entretenimientos, educativos, culturales y formativos, su objetivo es atraer a varios oyentes con diferentes gustos y con una programación variada lo puede hacer.</p> <p>Radio Especializada. Es aquella cuya programación es muy sectorizada el cual atiende a un propósito cuya audiencia ya está segmentada, la radio musical claramente puede ejemplificar.</p>	Aparición del submenú	Clic para visualizar texto				x		x

	<p>Radio temática. Es aquella cuyo contenido se basa a un tema específico de actualidad pueden ser esto noticioso, deportivo, cultural, judicial.</p>								
4.3	<p>SUBMENU: Spots Radiales En este menú contendrá los productos promocionales, grabaciones y publicitarios realizados por la corporación y el usuario las podrá escuchar cada una de ellas en la misma página con un enlace de código embed (...<iframe width="100%" height="450" scrolling="no" frameborder="no" src="https://w.soundcloud.com/player/?url=https%3A//api.soundcloud.com/tracks/183375669&auto_play=false&hide_related=false&show_comments=true&show_user=true&show_reposts=false&visual=true"></iframe>) que se obtendrá desde una página secundaria de www.soundcloud.com</p> 	Aparición de submenú	Clic para visualizar	X		X			X

<p>4.5</p> <p>SUBMENU: Programa “desde la Cancha”</p> <p>Se enlazara con un código embed desde una página donde se podrá escuchar todo el contenido del Programa “desde la Cancha” (Deportes)</p> 		<p>Aparición del submenú</p>	<p>Clic para visualizar</p>	<p>x</p>		<p>x</p>			<p>x</p>
<p>4.6</p> <p>SUBMENU: Resumen Semanal (Noticias)</p> <p>Se enlazara con un código embed desde una página secundaria donde se podrá escuchar todo el contenido del Programa Resumen Semanal (Noticias)</p>		<p>Aparición del menú</p>	<p>Clic para visualizar</p>	<p>x</p>		<p>x</p>			<p>x</p>

4.7	SUBMENU: GRABACIÓN DE EVENTOS CRISTIANOS 	Aparición del menú	Clic para visualizar	X		X				X
MENU CINCO										
5	MENU: YACHACHINA(CAPACITACIÓN)	Aparición del menú	Clic para elegir los submenús			X				X
5.1	SUBMENU: Pasos para establecer una estación de radio en internet gratuito.se enlazara con un link desde ondrive	Aparición del submenú	Clic para visualizar			X	X			X

5.2	SUBMENU: Pasos para Automatizar Una Radio.se enlazara con un link obtenido desde One Drive.	Aparición del submenú	Clic para visualizar			X	X		X

									
5.3	SUBMENU: CURSOS Se diseñara cuadro para insertarlo en la página, donde contenga plan de capacitación y cursos del año 2016-2017	Aparición del submenú	Clic para visualizar			x	x		x

CURSOS

 Published: 28 June 2016 |  Category: **CURSOS**

PLAN DE CAPACITACIÓN Y CURSOS 2016 -2017

Presenta un plan de capacitación anual para editores, periodistas, y demás trabajadores de la comunicación sobre temáticas relacionadas con derechos humanos y enfoques de igualdad.

SI

Enfoque temático del plan de capacitación:

Nombre	SI/NO	Argumento
Derechos humanos:	SI	TEMA: JUSTICIA INDÍGENA (Y otros) La justicia indígena al ser un tema que nos compete y nos interesa conocerlo para que nuestros comunicadores cuando se susciten estos hechos en las comunidades sepan tratar con pleno conocimiento atreves de nuestro medio, para que no incurran en injusticias y violaciones de los derechos humanos. Para luego compartirlo a través de radio para dar a conocer al oyente el significado y los alcances de la justicia indígena, sus normas jurídicas y los derechos humanos a respetar. Preceptos fundamentales, justicia indígena realizadas en la actualidad en el Ecuador y a quienes aplican, con invitados como: Fiscal Indígena de Cotopaxi y autoridades de la provincia etc.

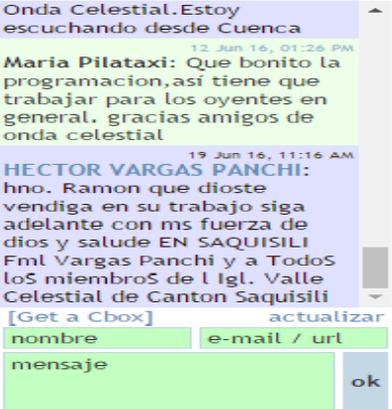
MENU SEISM

<p>6</p>	<p>MENU: ANKI UYARIK (RADIO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • MODULO DE LA RADIO EN LINEA 	<p>Aparición del menú</p>	<p>Clic para visualizar</p>		<p>x</p>	<p>x</p>	<p>x</p>	<p>x</p>
-----------------	---	----------------------------------	------------------------------------	--	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

• **PARRILLA DE PROGRAMACIÓN**

PROGRAMACION RADIO ONDA CELESTIAL FILIAL A LA CORPORACION “EL BUEN SEMBRADOR”

	PROGRAMACIÓN ONLINE Y FRECUENCIA 1.460 AM	PROGRAMACIÓN ONLINE							
HORA	DOMINGO	<table border="1"> <tr> <td>Lunes</td> <td>Martes</td> <td>Miércoles</td> <td>Jueves</td> <td>Viernes</td> <td>Sábado</td> <td>Domingo</td> </tr> </table>	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo			
9H00 A 9H30	Música Nacional	Música variada auto dj							
9H30A 10H00	Resumen Semanal	Música Variada auto dj							
10H00A10H30	Desde la cancha	Música variada							
10H30 A 11H30	Opinión	Programación Variada Auto dj							
11h30 a 12H00	Avivando	Programación Variada auto dj							
12H00 A 13H00	Exaltando	Programación varia auto dj							
13h00 a 14h00	Recordando el Ayer	Programación Variada Auto dj							
14h00 a 16H00	Cricuna Cantan	Programación Variada Auto dj							
16h00 a 17h00	Saludos	Programación Variada Auto dj							
17h00 a 18h00	Sumak kausay	Programación Variada Auto dj							

<ul style="list-style-type: none"> • CBOX <p>Se enlazará con un código Embed para que se pueda visualizar en este menú</p> <p>MENSAJES Y COMENTARIOS</p> 								
MENU SIETE								
7	MENU: CONTACTOS <ul style="list-style-type: none"> • <u>DIRECCIÓN</u> <p>Provincia: Cotopaxi Cantón: Salcedo Parroquia: San Miguel Barrio: Nuestro pueblo Calle Panzaleo y Mulliquindil s/n por la hostería Rumi pamba de las Rosas</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>TELÉFONO</u> <p>032728138 0987732520</p>	Aparición del menú	Clic para visualizar			X	X	X

	<ul style="list-style-type: none">• <u>MAIL</u> buensembrador@hotmail.es									
--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Maquetación

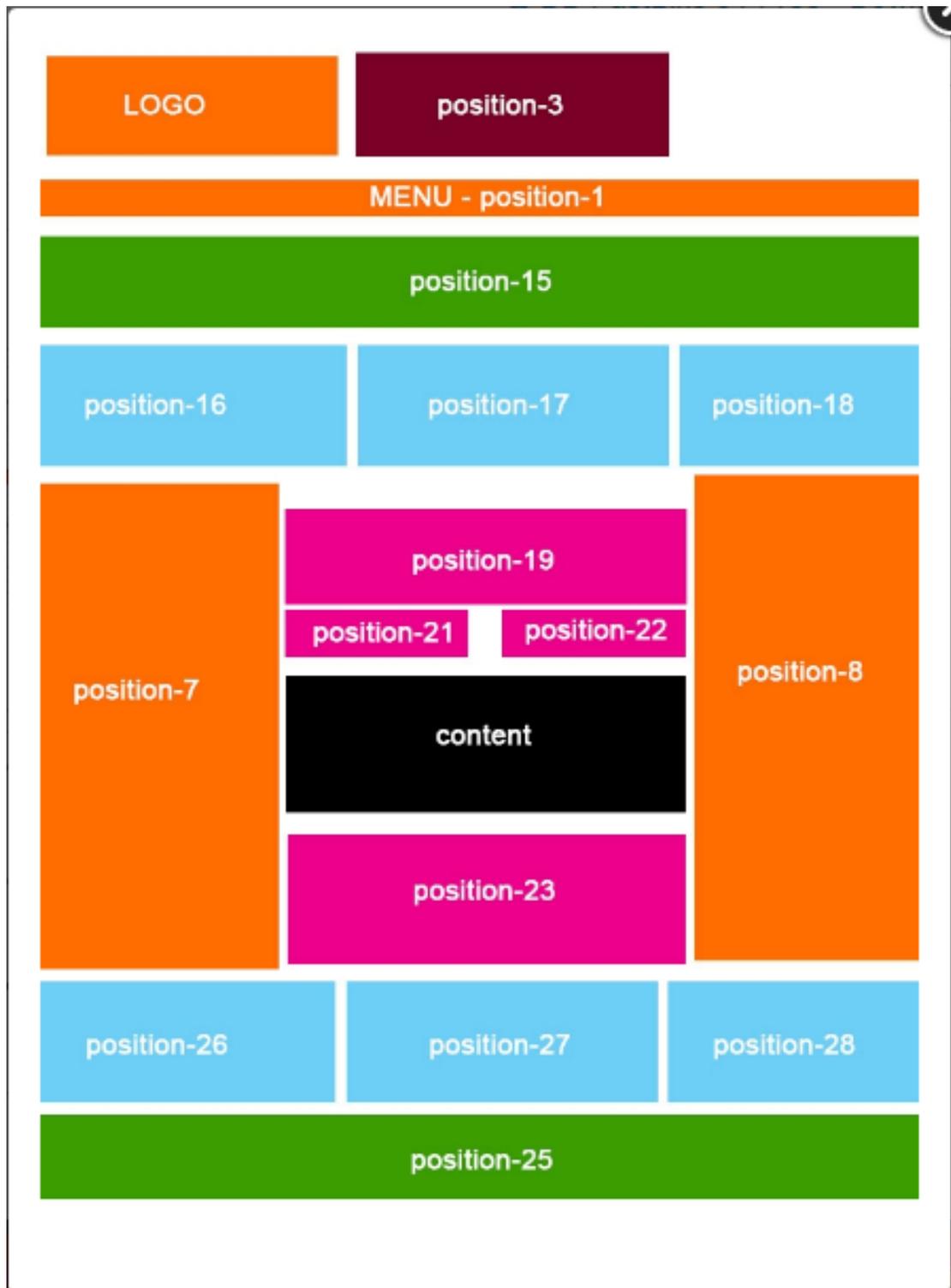


Figura 26. Maquetación por posición del sitio web

Fuente: (Desing, 2015) tomado el 5 de julio 2016

Resultados

Posproducción

La estructura técnica es la que prevalece en esta instancia donde los recursos del software se ira utilizando en toda la realización del producto hipermedia (página Web).

Para la realización de graficas se irán utilizando programas de diseño gráfico cuyo fin es de diseñar ambientes internos y graficas de banners para el home principal, para el desarrollo de la página y publicaciones manejaremos una herramienta CMS , muy conocida como es *Joomla* 3.4 con licencia de código abierto, por lo general es de fácil manejo se lo procederá a cargar al administrador de archivos del C-Panel del hosting contratado, donde el usuario podrá poner, quitar contenidos mediante el uso de un Panel del administrador con palabras claves de administrador y contraseña, el cual ayudara a organizar toda la información que se pretenda colocar.

El diseño total de la página se utilizará la plantilla prediseñada de diablo desing, cuya plantilla es de uso gratuito sin fines comerciales y de fácil manejo e inserción, se lo puede descargar desde la web [www. http://diablodesign.eu/](http://diablodesign.eu/) en archivo comprimido para posteriormente poderlo instalarlo.

Para los menús que contengan para subir archivos en PDF se enlazara con el link de drive de Gmail, cuyos documentos se subirán al drive para guardarlos y seguidamente nos generara un enlace para llevarlo al administrador de *Joomla*.

Los archivos de audios se subirán a una cuenta personal creada en *Sound Cloud*, para luego enlazarlo con la página y se pueda escuchar en el mismo sitio web y los archivos con video se enlazaran con un código *Embed* de *Youtube*.

La biblioteca multimedia utilizados son de libre uso u otorgadas por la corporación “El buen Sembrador”

Todo el diseño de la página se seguirá la maquetación tanto para las posiciones de artículos y módulos.

En el país y en el mundo el uso de software libre está abriendo varios espacios tanto para programadores, diseñadores, y personas comunes sin ningún conocimiento, ya que su fácil manejo ha generado gran aceptabilidad por parte de la población.

Verificación de resultados

Consecutivamente se presentó la página web en la sede de la Corporación de desarrollo Social Comunitario y Comunicación “El Buen Sembrador a los 6 accionistas y 6 patrocinadores para que den sus opiniones acerca del producto Comunicativo realizado ya que es vital importancia recoger las observaciones.

Se procedió a partir de una encuesta para medir la usabilidad en temas de: nivel de comprensión, estructura visual y composición de la página, manejo de la información y arrojó los siguientes resultados.

En relación al nivel de comprensión se obtuvo un nivel alto 88%, y apenas el 10% el nivel de comprensión es medio, con esta valoración se cumplirá a cabalidad con la optimización de la lectura y transmisión de la información.

Nivel de comprensión

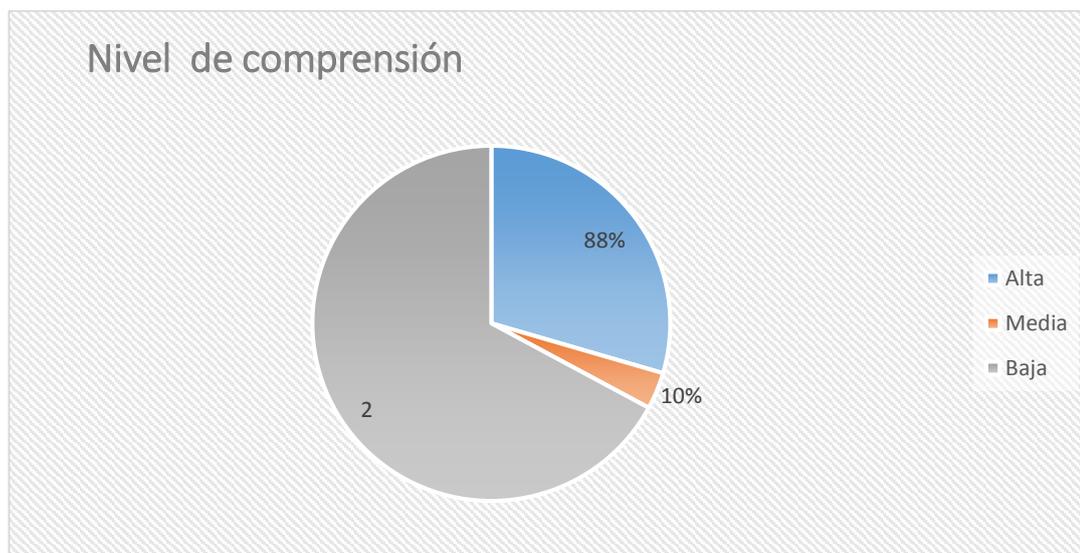


Figura 27. Nivel de comprensión

Elaborado por: Luis Germán Cañar Unaicho

Análisis:

Con respecto a la estructura visual y composición de la página las 12 personas encuestadas revelan 88% manifiestan que toda la página tiene una estructura básica y de fácil uso y manejabilidad y los colores, diseños son familiares. Y un 10 % manifiestan que se debería emplear más colores vivos y un 2% manifiesta no entender la dinámica a seguir para poder ingresar a las informaciones.

Estructura visual y composición de la página

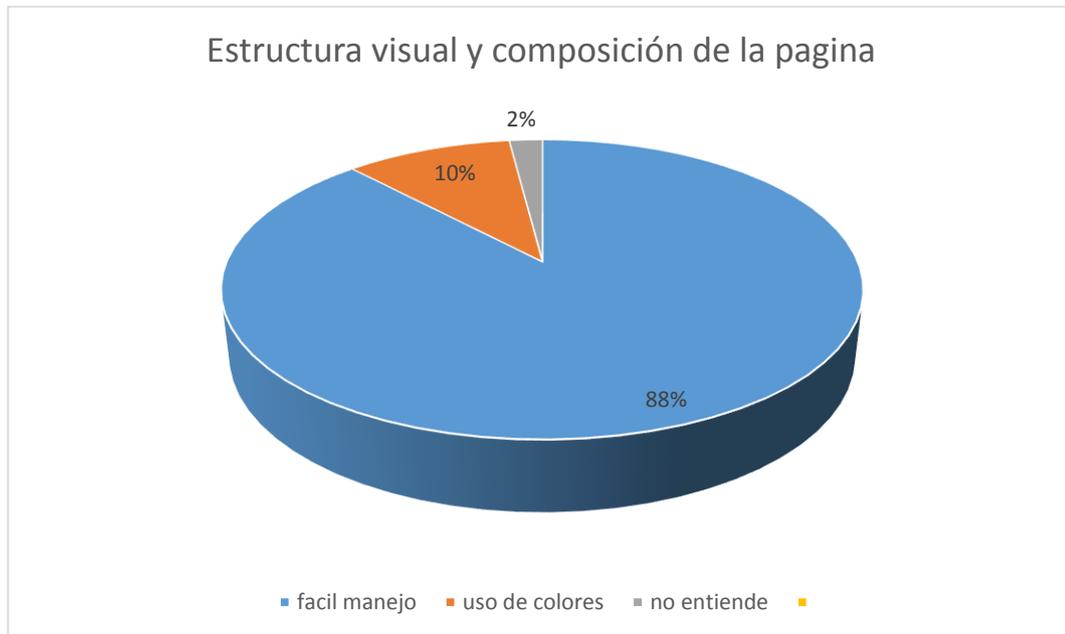


Figura 28. Estructura visual y composición de la página

Elaborado por: Luis Germán Cañar Unaicho

Análisis:

Con respecto al manejo de la información un 95% califica de alta, ya que concuerdan con toda la información enviada por ellos, y constatan en la página web todos contenidos enviadas y que hay información suficiente que los identifiquen. Y un 5 % manifiesta de baja ya que ellos manifiestan existir mucha información y muchos menús y que solo se debía haber agregado 5 menús principales.

Manejo de la información



Figura 29. Manejo de la información

Elaborado por: Luis Germán Cañar Unaicho

Divulgación del producto

Terminada toda la fase de investigación, recolección de la información y desarrollo e implementación de la página Web Institucional, se procederá a la publicación en la web con la dirección: www.elbuensembrador.org y para que aparezca en los buscadores principalmente en google., se procederá a registrar el Url de la página en: <http://www.google.com/addurl>.

Terminada con la etapa de encuesta y valoración de la página y con la aceptación del producto se creará un spot promocional para publicarlo en la radio Online www.radioondacelestial.net y en el dial 1460 AM Radio Nuevos Horizontes de Latacunga.

Por estos medios se dará a conocer la nueva Página Institucional a sus asociados, patrocinadores, accionistas y público en general.

Conclusiones

Después de haber realizado todo el bosquejo de información teórica se considera que hoy en día los avances tecnológicos permiten al hombre transmitir información de un lugar a otro, sin necesidad de estar presente, lo que ha cambiado su calidad de vida permitiendo una comunicación totalmente abierta.

La web es un medio que tiene más adeptos por su incesante producción y circulación de la información, la misma que no tiene fronteras e interconecta con distintos lugares y personas en el mundo y rompe las tradicionales formas de comunicación.

El diseño hipertexto de acuerdo a su objetivo es transmitir información mediante contenido acorde al tema con pantallas visualmente atractivos, motivadores, y envolventes.

Tomando en cuenta todas las ventajas que tiene una Pagina web, ha influenciado positivamente para la realización de un producto hipertexto que beneficie a la Corporación “El buen sembrador”, para darse a conocer a todos los usuarios externos sobre los trabajos, servicios que viene desarrollando institucionalmente y en nuestra parte profesional da a conocer e investigar de cómo se desarrolla una página Web desde su realización hasta su implementación.

Esta experiencia ayuda mucho a complementar los conocimientos básicos obtenidos en la universidad para posteriores realizaciones hipertextos.

La falta de conocimientos en el tema de diseño de páginas web ha permitido que se busque tutoriales e información en la red para que nos ayude a su creación e implementación.

Una página web es una herramienta indispensable en el mundo globalizado y tecnológico de hoy, y al ser una ventana abierta de circulación de contenidos será muy beneficioso tener a nuestro servicio.

Lista de referencias

- Asamblea Nacional. (2014). Ley Organica de Comunicación. Quito.
- Barbas Coslado, Á. (2012). *Edocomunicación;Desarrollo,enfoques y desafíos en un mundo interconectado*. España : Foro de Educacion.
- Borón, A. (2004). *Mundo global, ¿guerra global?* Buenos Aires : Ediciones Continente / Peña Lillo.
- buyto. (2010). *buyto*. Obtenido de buyto: <http://www.buyto.es/general-diseno-web/que-es-un-portal-web>
- Canclini, G. (2004). *Diferentes, Desiguales y Desconectados*. La Plata Argentina : Gedisa .
- Carvajal, L. (2013). *El Metodo Deductivo De Investigacion*. Sevilla: Fundación para Actividades de Investigación y Desarrollo (FAID).
- definicion.de. (2015). *definicion.d*. Obtenido de definicion.d: <http://definicion.de/web/definicionabc>.
- definicionabc. (2014). *definicionabc*. Obtenido de definicionabc: <http://www.definicionabc.com/tecnologia/portal.php>
- Delgado, P. S. (2014). *La Globalizacion y la Educacion*. España: Universidad Complutense de Madrid.
- Desing, D. (2015). *Diablo Desing*. Obtenido de Diablo Desing: <http://diablodesign.eu/index.php/download/93-dd-fastbike-91-free>
- Dr. Gabelas Barroso, J., Dra. Lazo, C., & Hergueta Covacho, E. (2012). *Comunicacion,Ubicuidad y Aprendizajes. IV Congreso Internacional Latina de Comunicación* (pág. 23). Zaragoza: Universidad de Zaragoza .
- Educativos, P. (10 de Marzo de 2015). *Portales Educativos*. Obtenido de Portales Educativos: http://platea.pntic.mec.es/vgonzale/pyb_0607/archivos/_30/Tema_2.1.htm

- Estrategico, E. (15 de mayo de 2015). *Ecuador Estrategico* . Obtenido de Ecuador Estrategico : <http://www.ecuadorestrategicoep.gob.ec/15-notefp/772-bp-328-mayo-2015>
- Gambaretto, A. (2010). *La dependencia tecnológica en la comunicación de la juventud contemporánea*. Buenos Aires: Universidad de Palermo .
- García Aretio, L. (12 de Enero de 2016). *Bauman, modernidad líquida y redes sociales*. Obtenido de Bauman, modernidad líquida y redes sociales: <http://aretio.hypotheses.org/1916>
- González, E. (2015). *Aprende a Programar* . Obtenido de Aprende a Programar : http://aprenderaprogramar.com/index.php?option=com_content&view=article&id=435:ique-es-y-para-que-sirve-html-el-lenguaje-mas-importante-para-crear-paginas-webs-html-tags-cu00704b&catid=69:tutorial-basico-programador-web-html-desde-cero&Itemid=192
- googlemaps. (2015). *googlemaps*. Obtenido de googlemaps: [url:https://www.google.com.ec/maps/place/Salcedo/@1.0405433,78.5994961,15z/data=!4m2!3m1!1s0x91d47cb7ba4c6933:0xb15e57fcb89abbed](https://www.google.com.ec/maps/place/Salcedo/@1.0405433,78.5994961,15z/data=!4m2!3m1!1s0x91d47cb7ba4c6933:0xb15e57fcb89abbed)
- Hobsbawm. (1995). *TICs*. Londres : BV.
- López, B. (2000). *Avances tecnológicos*. Quito : Abya Yala .
- Lora, M. (2011). *eljaya.com* . Obtenido de eljaya.com : <http://www.eljaya.com/201105-2/12-comunicacion.php>
- masadelante.com. (2015). *masadelante.com*. Obtenido de masadelante.com: <http://www.masadelante.com/faqs/www>
- Ministerio de Telecomunicaciones . (2015). *Ministerio de Telecomunicaciones* . Obtenido de Ministerio de Telecomunicaciones : <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/>
- Oliver, B. (19 de Febrero de 2016). *tendencias web*. Obtenido de tendencias web: <http://tendenciasweb.about.com/od/nociones-basicas/a/Que-Es-Una-Pagina-Web.htm>

- oocities. (12 de Octubre de 2000). *oocities*. Obtenido de oocities:
<http://www.oocities.org/zaguan2000/metodo.html#defi>
- Pairuna, L. (2014). *codimension*. Obtenido de codedimension:
<http://www.codedimension.com.ar/noticias-sobre-tecnologia/noticias/-que-es-y-para-que-sirve-un-sitio-web-/1>
- Pineda, M. (3 de Abril de 2014). *Portal de Comunicación*. Obtenido de Portal de Comunicación: http://portalcomunicacion.com/uploads/pdf/66_esp.pdf
- RadioHosting. (16 de Junio de 2016). *RadioHosting*. Obtenido de RadioHosting:
<http://www.radiohosting.mx/index.php/hosting> consultado 16 de junio 2016
- Rocca, A. V. (18 de Diciembre de 2015). *Revista Observaciones Filosóficas* . Recuperado el 18 de Diciembre de 2015, de Revista Observaciones Filosóficas : <http://www.observacionesfilosoficas.net/zygmuntbauman.html>
- Ron, P. (2013). *El monopolio de la educación del estado aumenta los precios y destruye el derecho a elegir*. Obtenido de El monopolio de la educación del estado aumenta los precios y destruye el derecho a elegir:
<http://www.miseshispano.org/2013/10/el-monopolio-de-la-educacion-del-estado-aumenta-los-precios-y-destruye-el-derecho-a-elegir/>
- Rubio, A. M. (2004). *Perspectivas sobre comunicación y sociedad*. España : Universidad de Valencia .
- Rupérez, L. (2001). *La globalizacion*. Matriz: Universidad Complutense de Madrid.
- Sáez, V. M. (22 de Febrero de 2013). *LOS JÓVENES Y LA RED: EL LENGUAJE DE LOS VÍNCULOS*. Obtenido de LOS JÓVENES Y LA RED: EL LENGUAJE DE LOS VÍNCULOS:
<http://www.foroellacuria.org/publicaciones/Informe8LenguajeVinculos.html>
- Sánchez, E. M.-S. (Mayo de 2014). *La enseñanza on-line*. Obtenido de La enseñanza on-line:
http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0017ensenanza_online.htm
- Sánchez, Enrique Martínez-Salanova. (Mayo de 2014). *La enseñanza on-line*. Obtenido de La enseñanza on-line:
http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0017ensenanza_online.htm

Sennett, R. (2000). *Internet* .

Telecomunicaciones, M. d. (2015). *Ministerio de Telecomunicaciones*. Obtenido de
Ministerio de Telecomunicaciones:
<http://www.telecomunicaciones.gob.ec/infocentros-comunitarios/>

Thompson. (1999). *Media y la Modernidad*.

Tiscar. (14 de Mayo de 2006). *Comuniaciòn y Educaciòn* . Obtenido de Comuniaciòn
y Educaciòn : <http://tiscar.com/2006/05/14/comunicacion-y-educacion/>

Wolton, D. (2000). *El Internet*. Paris : Gidesa .