



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**  
**FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**  
**MENCIÓN PUBLICIDAD Y MERCADOTECNIA**



## **TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

Previo A La Obtención Del Título De Licenciado En Ciencias De La  
Comunicación  
Mención Publicidad Y Mercadotecnia

### **TEMA:**

**“DESARROLLO DE LA REVISTA INFORMATIVA EN FORMATO  
DIGITAL PARA PORTALES WEB COMO MEDIO ALTERNATIVO  
DEL TURISMO DE MANTA”**

### **AUTOR:**

**JULIO CESAR JIMÉNEZ LÓPEZ**

### **DIRECTOR DE TESIS:**

**ARQ. OSCAR PALADINES**

**MANTA - MANABÍ – ECUADOR**

**2015**

**OTORGA A ESTE TRABAJO DE GRADO**

La nota de.....equivalente  
a:.....

.....  
**Arq. Oscar Paladines**  
**DIRECTORA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**



**EL JURADO CALIFICADOR**  
**OTROGA A LA SUSTENTACIÓN LA NOTA DE**

.....  
.....  
.....  
.....

**PROMEDIO FINAL DE SUSTENTACIÓN**

.....

**Lo certifico:**

.....  
**SECRETARIA DE FACULTAD**  
**CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA**

*“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestas en este trabajo de tesis, corresponde exclusivamente al autor, y el patrimonio intelectual del mismo corresponderá a la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí”*

---

**JULIO CÉSAR JIMÉNEZ LÓPEZ**

## ***AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN***

Certifico que el Señor **JULIO CÉSAR JIMÉNEZ LÓPEZ**, ha concluido el trabajo investigativo relacionado con el tema “**DESARROLLO DE LA REVISTA INFORMATIVA EN FORMATO DIGITAL PARA PORTALES WEB COMO MEDIO ALTERNATIVO DEL TURISMO DE MANTA**”, doy constancia que la elaboración y redacción fueron desarrollados por el egresado mencionado y ha sido supervisado bajo mi dirección de conformidad con los requisitos establecidos por la facultad Ciencias de la Comunicación de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí; en consideración autorizo que esta investigación sea presentada para que la señora decana, como máxima autoridad determine el tribunal de sustentación para la defensa legal.

**Atentamente.**

---

**Arq. Oscar Paladines**  
**DIRECTORA DE TESIS**

## **DEDICATORIA**

*Dedico esta tesis A. DIOS, a mis padres María Diomarís López Looor y Julio Heliodoro Jiménez Campoverde pilares fundamentales en mi vida que me han inculcado buenos valores y con su ejemplo me han inspirado para la conclusión de este trabajo de tesis, quienes me dieron vida, educación, apoyo y consejos. Para ser una buena persona en la vida y en mi vida profesional.*

*A mis hermanos, compañeros que me puso Dios en la vida y en el mismo hogar a los cuales les guardo un especial cariño fraterno y mi amada esposa Anny Mariela Cedeño Muñoz quien ha sido mi complemento y que con su apoyo incondicional me da fuerza para seguir adelante.*

*A mis compañeros de estudio, a mis maestros y amigos, quienes sin su ayuda nunca hubiera podido haber realizado esta tesis, en Publicidad y Marketing. A todos ellos se los agradezco desde el fondo de mi alma y de todo corazón. Para todos ellos hago esta dedicatoria.*

**JULIO CÉSAR**

## **AGRADECIMIENTO**

*A mi familia cuna de amor y confianza, de un apoyo constante en el transcurso de mi vida y en estos años de estudio de mi carrera profesional y de manera muy especial a mi madre ejemplo más grande de ser humano y profesional a carta cabal, mi más eterno agradecimiento que sin dudar en mí en ningún momento y su ayudar hubiera podido culminar mi profesión.*

*A mi padre que también con su esfuerzo durante todos estos años de vida y de estudio siempre ha estado para mí, impulsando a que cumpla mis metas sin dejarme vencer.*

*Y me gustaría agradecer a mi Asesor Arq. Oscar Paladines por su paciencia, esfuerzo y dedicación. En su guía y su tiempo para orientarme en mi formación como investigador y creativo. Se ganado mi admiración y me siento en deuda con él, por el tiempo durante este período ha durado esta Tesis.*

**JULIO CÉSAR**

***TEMA:***

“Desarrollo de la revista informativa en formato digital para portales web como medio alternativo del turismo de Manta”

## MIEMBROS DEL TRIBUNAL

---

**Presidente del Tribunal.**

---

**Arq. Oscar Paladines**

---

**Miembro Principal.**

---

**Miembro Principal.**

## **RESUMEN**

Esta es una tesis de graduación que ha sido elaborada por Julio César Jiménez López, quien obtendrá el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Mención Publicidad y Marketing de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS DE GRADO DE TERCER NIVEL** de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí (ULEAM).

El documento ha sido realizado bajo la tutoría del Arq. Oscar Paladines, El tema de la tesis es “REVISTA INFORMATIVA EN FORMATO DIGITAL PARA PORTALES WEB COMO MEDIO ALTERNATIVO DEL TURISMO DE MANTA” y ha sido desarrollado en cuatro capítulos y un apéndice de bibliografía y anexos con fotografías como consecuencia de la Investigación realizada en la ciudad de Manta.

Su contenido detalla tanto el proyecto como la justificación del porque la realización de la presente investigación y la manera que contribuirá con la comunicación profesional, detallo sus objetivos así como la, Además se describe la extracción aplicada en el marco teórico y el autor de la misma utilizado como citas bibliográficas de lo que se menciona dentro de la misma tales como comunicación, la revistas digitales, la comunicación y el turismo, etc.

Se describe el diseño y desarrollo metodológico aplicado en esta investigación, la hipótesis planteada, además de los recursos utilizados. Finalmente se demuestran los resultados logrados con la presente investigación, con la presente se demuestra la comprobación de hipótesis, resultados, conclusiones y recomendaciones además de los anexos y las fotografías que evidencian el resultado del presente estudio.

## ***ABSTRACT***

This is a graduation these is that has been developed by Julio César Jiménez López, who get a degree in Communication Sciences Mention Advertising and Marketing according to REGULATION FOR THE DEVELOPMENT OF THESIS OF THIRD LEVEL University of Lay "Eloy Alfaro "Manabí (ULEAM).

The document was prepared under the guidance of Arq. Oscar Paladins, The theme of the thesis is "FACT MAGAZINE IN DIGITAL FORMAT FOR WEB PORTALS ALTERNATIVE TOURISM AS A MEANS OF BLANKET" and has been developed into four chapters and an appendix and bibliography Annexes photographs as a result of research conducted in the city of Manta.

It's contents detailing both the project and the justification for conducting this research and how it will contribute professional communication, I detail the objectives and, in addition extraction applied the theoretical framework and the author there of described used as citations of what is mentioned in the same such as communication, digital magazines, communication and tourism, etc.

Design and development methodology applied in this research, the hypothesis, in addition other sources used is described. Finally the results achieved with the present investigation, this testing hypotheses, findings, conclusions and recommendations plus annexes and photographs that show the result of this study shows are shown.



## Contenido

DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN .....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
RESUMEN .....	ix
ABSTRACT.....	x
INTRODUCCION.....	14
PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	15
OBJETIVOS.....	16
<b>OBJETIVO GENERAL</b> .....	16
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> .....	16
JUSTIFICACIÓN.....	17
MARCO CONCEPTUAL.....	18
CAPÍTULO I.....	18
LA COMUNICACIÓN. ....	18
<b>Medios de comunicación</b> .....	19
1.1.    REDACCIÓN Y ESTILO PERIODÍSTICO .....	19
1.2.    NARRACIÓN INFORMATIVA IMPRESA VS. NARRACIÓN INFORMATIVA DIGITAL.....	23
1.3.    HISTORIA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS .....	23
1.4.    CARACTERÍSTICAS DE UNA REVISTA .....	26
1.5.    HISTORIA DE LAS REVISTAS TURÍSTICAS INFORMATIVAS .....	26
1.6.    LAS REVISTAS SON ACTIVAS.....	27
1.7.    AMPLITUD DE TEMAS.....	27
1.8.    VIDA. ....	28
1.10.   CLASES DE REVISTAS. ....	29
1.11.   EL DISEÑO Y LA DIAGRAMACIÓN.....	29
1.12.   EL PÚBLICO Y EL MENSAJE.....	34

CAPÍTULO II.....	36
MARCO TEÓRICO.....	36
2.1.    DEFINICIÓN DE REVISTA DIGITAL.....	36
2.2.    BENEFICIOS DE LA REVISTA DIGITAL.....	36
2.3.    CARACTERÍSTICAS DE LA REVISTA DE REVISTA DIGITAL.....	37
2.4.    USOS DE LA REVISTA DIGITAL.....	39
2.5.    COMPONENTES DE LA REVISTA DIGITAL.....	39
2.6.    ESTRUCTURA DE LAS REVISTAS DIGITALES.....	41
2.7.    VENTAJAS DE LA REVISTA DIGITAL.....	41
2.8.    ELABORACIÓN DE LA REVISTA DIGITAL.....	42
2.9.    PERIODISMO DIGITAL.....	44
2.10.    DESARROLLO DE LA REVISTA INFORMATIVA DIGITAL PARA LA CIUDAD DE MANTA.....	45
<b>2.10.1.    Difusión de la revista mediante portales web.....</b>	<b>46</b>
<b>2.10.2.    Dirección de la página o dominio.....</b>	<b>46</b>
<b>2.10.3.    Multimedia informativa.....</b>	<b>46</b>
2.11.    LOS LECTORES DE LAS EDICIONES DIGITALES.....	46
<b>2.11.1.    Efectos en la comprensión.....</b>	<b>46</b>
2.12.    FORMATOS DIGITALES.....	47
2.13.    CARACTERÍSTICAS Y FUNCIONES PRINCIPALES DE ADOBE INDESIGN.....	55
CAPÍTULO III.....	57
3.1.    CARACTERÍSTICAS DE MANTA.....	57
3.2.    TURISMO.....	61
3.3.    CLASIFICACIÓN DEL TURISMO COMO ACTIVIDAD ECONÓMICA.....	62
3.4.    DEMANDA TURÍSTICA.....	62
3.5.    OFERTA TURÍSTICA.....	63
CAPÍTULO IV.....	65

4.1.	MÉTODOLOGÍA .....	65
4.2.	TÉCNICAS.....	65
4.3.	UNIVERSO .....	65
4.4.	POBLACIÓN Y MUESTRA .....	66
4.5.	RECURSOS.....	67
	<b>4.5.1. RECURSOS HUMANOS.....</b>	<b>67</b>
	<b>4.5.2. RECURSOS</b>	
	<b>INSTITUCIONALES.....</b>	<b>67</b>
4.6.	HIPÓTESIS.....	67
4.7.	ENCUESTA .....	68
	CAPÍTULO V .....	70
5.1.	RESULTADOS.....	70
	CONCLUSIONES.....	80
	RECOMENDACIONES.....	81
	CURRÍCULUM VITAE .....	82
	Recomendaciones:.....	82
	Otros datos .....	82
	Formación académica .....	82
	ANEXOS .....	83
	Bibliografía.....	83

## INTRODUCCION

Una revista informativa es una publicación de aparición periódica, a intervalos mayores a un día. A diferencia de los diarios o periódicos, orientados principalmente a ofrecer noticias de actualidad más o menos inmediata, las revistas ofrecen una segunda y más exhaustiva revisión de los sucesos, sea de interés general o sobre un tema más especializado.

La finalidad de crear la revista informativa digital, es de ser una herramienta adicional para los turistas que visitan nuestra ciudad mucho antes de que planifique o vengan así también como los lugares atractivos y toda la gama hotelera, gastronómica, cultural entre otras, en vista que actualmente la ciudad requiere un medio informativo detallado de las distintas bellezas de nuestra ciudad.

En este caso revistas en Internet o digitales, son un tipo de ediciones son comúnmente basadas en las ediciones publicadas en papel. La tecnología hace que estas revistas puedan tener diseños más atractivos así como múltiples funciones que ayudan a tener una mayor interacción con los lectores. Es una de las opciones desarrollada por la tecnología y forma parte de un nuevo periodismo.

En la siguiente investigación se concluyó que los beneficiarios directos de la presente investigación serán tanto los turistas y demás interesados en visitar nuestra ciudad como la gente que vive de los ingresos por el turismo, como lo son las empresas hoteleras de la ciudad y los restaurantes y bares que brindan diferentes servicios. Al igual que las discotecas. Se pretende alcanzar con este proyecto es fortalecer la necesidad de una correcta información de acuerdo con las exigencias de las ciudades del mundo globalizado.

## ***PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA***

En la ciudad de Manta, existe una debilidad al desarrollo actual del cantón con la correcta información de las diferentes bondades turísticas que brinda la ciudad, así como los parámetros y los beneficios a futuro que puede ofrecer el sector turístico, y que existen dentro de Manta por tener un campo más amplio de acción y difusión.

El principal problema que existe entre los turistas de los diversos lugares que visitan es la desinformación, lo cual provoca una indecisión a la hora de elegir un lugar acorde a sus gustos. Aportando así a Manta con una herramienta comunicacional anexa a la revista impresa, independientemente de cada entidad o institución y posteriormente maximizarla para incluirla en toda la Provincia para un mejor entendimiento de lugares para recorrer por los visitantes. Tomando en cuenta estas consideraciones se quiere conocer.

¿Cuáles son los aspectos requeridos para dar mayor información con este medio alternativo a los turistas de la ciudad de Manta?

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

- ✓ Desarrollar una revista informativa que contribuya a la ciudad de Manta y a sus interesados brindar mayor información sobre la belleza turística de la ciudad.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Investigar si el sector turístico cuenta con una revista informativa y si obtuvo los resultados deseados en la difusión de la información a los visitantes a nuestra ciudad.
- ✓ Determinar la factibilidad de este medio alternativo en la difusión de la información a los turistas y demás interesados en venir a conocer nuestra ciudad.
- ✓ Fomentar la aplicación del medio creado de forma digital para los turistas que deseen visitar nuestra ciudad.
- ✓ Evaluar la necesidad de desarrollar una revista virtual informativa para fomentar el turismo en Manta.

## **JUSTIFICACIÓN**

En la actualidad las revistas digitales brindan un campo más amplio de difusión, poseen una gran aceptación entre los usuarios del internet presentando una interfaz interactiva mucha más atractiva y de muy bajo costo de inclusión, debido a su forma directa de anunciar y comunicar, presta un servicio más completo que otros medios de información.

En medida que la actual información brindada por una revista turística informativa a los turistas y demás interesados en conocer sobre las ofertas turísticas brindadas por la ciudad de Manta, no es suficiente, el solo contar con un medio impreso, el anexar un medio digital ayuda a reforzar la difusión de todo lo concerniente en el campo turístico, se ha planteado la creación de una revista informativa digital para fortalecer esta falencia.

Su justificación técnica está partiendo del uso de las nuevas tecnologías requeridas por el mundo globalizado en el que vivimos es importante abarcar todos los segmentos no abastecidos por otros medios de información primarios, para la ciudad contar con este recurso nuevo de información ayudara a reducir el desconocimiento de los turistas de que sitios se desea visitar.

Se justifica en el punto de vista social debido al impacto positivo que tendrá una revista turística virtual debido a que se incrementarán las posibilidades de algunos negocios de ofertar sus servicios o bienes y con ello se generarían más oportunidades laborales para diferentes sectores en la ciudad.

La justificación económica se centra en la economía que se moverá en torno a los visitantes ya que este número será incrementado y con ello se generará mayor cantidad de visitas al cantón lo cual favorecerá a la inversión pública como privada de la ciudad.

# MARCO CONCEPTUAL

## CAPÍTULO I

### ***LA COMUNICACIÓN.***

De acuerdo a lo que menciona (Borja Garzón, 2010),“La comunicación como proceso natural se traduce en la emisión de actos físicos o virtuales, como: sonidos, gestos, señas, uso de tecnologías, los cuales tienen como objetivo comprender un mensaje hacia un receptor, que podrá recibirlo o asimilarlo en función de encontrarse capacitado para hacerlo”

Con lo antes mencionado podemos indicar que al referirnos a comunicación estamos hablando de un proceso natural el cual se puede expresar en cualquier momento bien sea en señas o con sonidos en cualquier acto, sea este físico o no, y como bien sabemos el acto se convierte en el triángulo perfecto en el que tenemos un receptor, un emisor y un mensaje.

Ante esto tenemos la definición que indica que al hablar de comunicar se refiere a compartir algo que nos pertenece o una idea que surge de nosotros mismos, lo cual es una cualidad con sentido de raciocinio en el cual existe un intercambio de ideas adquiridas con un sentido o significado el mismo que persiste con experiencias previas comunes.

“La comunicación es una cualidad racional emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación los mismos que se acoplan a este medio de acuerdo con experiencias previas comunes”.(Borja Garzón, 2010)



## **Medios de comunicación**

El nacimiento de los medios de comunicación se dio desde el preciso momento en que los cambios tanto económicos como sociales fueron impulsando de a poco el nacimiento y desarrollo de distintos medios de comunicación, lo cuales estaban estrechamente vinculados a la escritura y su mecanización lo cual se produjo en el siglo XV, y luego surgieron los medios audiovisuales que estaban ligados a la era de la electricidad lo cual se dio en la primera mitad del siglo XX, cada uno de estos procesos fueron esenciales para las distintas fases del denominado proceso de globalización.<sup>1</sup>

### **1.1. REDACCIÓN Y ESTILO PERIODÍSTICO**

La redacción en un medio de comunicación así como el estilo que se utilice en esta debe tener características propias de una buena construcción de oraciones y de párrafos; lo cual nos indica que si queremos formar la oración debe existir al mismo tiempo una muy buena relación tanto entre sujeto como en el predicado, el cual debe estar marcado por la concordancia.

*“Para que exista una mejor construcción de las oraciones y párrafos es necesario que existan señales gráficas de ordenamiento sintagmático o de entonación”.*(Morales, 2004)

Esto nos demuestra que no se debe perder la claridad de esta relación bien sea cuando el sujeto tiene un núcleo como cuando esta tiene varios componentes a fin de interrelacionar la oración descrita o dicha con lo que se quiere emitir como mensaje ya que es más complejo cuando lo escribimos que cuando lo decimos.

---

<sup>1</sup>INFOAMERICA. La Radio {en línea}[Citado el 22 de abril del 2012]. Disponible en: <http://www.infoamerica.org/teoria/lasswell1.html>,

### **1.1.1. Técnicas de composición**

Al hablar de técnicas de composición debemos tener en cuenta que estas son esenciales para el trabajo de diseño, el cual de acuerdo a lo que vayamos a cumplir debemos saber que son reglas de guía para el accionar que desarrollaremos. Es así que con esto debemos saber que las reglas básicas del diseño son ajustables también al diseño digital. Es necesario como técnica de composición en la redacción, la simplicidad, consistencia, así como una buena composición, las cuales demuestran que son una garantía de buenos resultados, lo cual de acuerdo a los especialistas tienen algunas ventajas tales como:

- ✓ El diseño ha de servir al contenido, y debe elaborarse en función de este
- ✓ El diseño debe estar bien organizado o estructurado
- ✓ Debe existir contraste entre los elementos, ayudando a diferenciarlos, pero dentro de una unidad.
- ✓ Los elementos clave deben enfatizarse
- ✓ Un buen diseño a menudo tiende a la simplicidad
- ✓ La consistencia debe ser un criterio prioritario.(Morales, 2004)

### **1.1.2. Características de la redacción**

Entre las características principales de la redacción debemos tener en cuenta que estas son muy claras y precisas más aún para el receptor, el mismo que tiene como principal finalidad, el hecho que el mensaje sea despejado y por ende este llegue a un entendimiento apropiado y entendible para el lector, todo esto sin tener que acudir a la necesidad de repetirlas para concebirlas. Continuando con las más destacadas características en una redacción periodística tenemos que:

### **1.1.3. Concisión**

La concisión hace referencia a la rapidez con la que se puede transmitir una información, a fin de que el lector sea capaz de entenderlo de manera absoluta. Esta se puede obtener únicamente aplicando una expresión objetiva y que a su vez sea vigorosa, y que a la vez se refiera a los hechos para los cuales se utilicen palabras necesarias, justas y con gran significado.

### **1.1.4. Claridad**

Es necesario también contar con la respectiva claridad con respecto a la información que se emita ya que esta debe ser entendible de tal manera que el destinatario no tenga la necesidad de repetirla para que esta pueda ser concebida, sino que se entienda apenas la emitan y más aún cuando esto se dé por escrito.

### **1.1.5. Despertar la atención del lector**

Esto se refiere a que la noticia o el mensaje despierte un total interés al momento en que sus ojos se fijan en la noticia y este interés se dirija al hecho de querer conocerla, de tal manera que este no pase desapercibido; es por esto que el emisor debe contar con la habilidad de captar la atención del receptor, bien sea por su título o también por el contenido que encierra la información que se pretende transmitir.

*“Es así que el propósito de la redacción de cualquier noticia es comunicar informes, opiniones e ideas en una forma interesante y oportuna, la redacción de la noticia debe ser exacta, fluida, clara y fácilmente comprensible”*(CARGUREVICH, 2000)

### **1.1.6. Medios impresos de comunicación**

Sabemos que los medios impresos de comunicación son la herramienta utilizada para decir lo que queremos transmitir sin necesidad de hablar, es decir, los medios impresos son medios para llevar la información desde el emisor hacia el receptor. Y esto es algo que se ha dado a lo largo de los años, desde siglos atrás donde se utilizaba incluso las piedras para escribir mensajes.

La comunicación es muy importante en la vida de los seres humanos, a lo largo de la historia de la humanidad el hombre ha creado diversos medios de comunicación, los cuales son muy variados y útiles. Con los avances tecnológicos se ha logrado contar con sistemas de comunicación más eficaces, de mayor alcance, más potentes y prácticos.<sup>2</sup>

### **1.1.7. La edición impresa y digital: diferencias y limitaciones.**

En la actualidad están perfectamente conjugadas las ediciones tanto digitales como impresas a pesar que en estas también existen de por sí, diferencias y limitaciones y a sabiendas que con la era moderna, la edición digital está tomando cada vez más fuerzas. Sin decir que una es mejor que la otra ya que al final de cuentas todas tienen el mismo sentido.

En cuanto a las diferencias entre la versión digital y la impresa, están marcadas por la realidad “analógica” propia del impreso, y la digital propia de Internet: “no son diferencias positiva son negativas de la edición digital frente a la impresa, son positivas o negativas de Internet frente a lo analógico. (Pérez Marco, 2003)

---

<sup>2</sup>CANGALAREQUI, Jesús. (1988). La Prensa y las Nuevas Tecnologías. Manual de la Redacción Electrónica. Madrid: Deusto.p.76.

## **1.2. NARRACIÓN INFORMATIVA IMPRESA VS. NARRACIÓN INFORMATIVA DIGITAL**

En el caso de narraciones informativas, en ambos casos al tratarse de noticias, estas se encuentran situadas tanto en identidad como en semejanza en ambas versiones de edición. Hay quienes sostienen que existe una marcada diferencia entre estas debido a su actualización y capacidad de decisión, y de hecho estas lo hacen de manera continua y esto se representa en la portada bien sea impresa o digital.

## **1.3. HISTORIA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS**

A lo largo del tiempo han existido muchas etapas de la comunicación, y la primera de estas seguramente fue la era de los signos y señales, la misma que se desarrolló a inicios de la prehistoria lo cual se dio anterior al lenguaje. De acuerdo a los antropólogos se cree que el hombre prehistórico incursionó en la era del lenguaje hace aproximadamente alrededor de 40.000 años atrás. El hombre Cromagnon hacía uso normalmente del lenguaje. Hace aproximadamente unos 5.000 años atrás se produjo la transformación que tuvo como desembocadura la era de la escritura, convirtiéndose así en una herramienta que influyó de manera positiva en el progreso humano.

*“Para llegar a la escritura el hombre en su desarrollo debió pasar antes por las representaciones pictográficas que reflejaban ideas hasta la utilización de letras que significaran sonidos específicos”.*(Quintana Males, 2013)

### **1.3.1. Historia del diario.**

La historia del diario empezó durante la república romana, donde hubo publicaciones tanto de una lista de eventos la misma que se llamaba "Diurna" (eventos del día) por el año 59 a.C. y posterior a ello una publicación del gobierno imperial chino en el año 713 d.C. denominada "Noticias Mezcladas". No obstante, estos sucesos acontecidos que surgen de la prensa escrita no alcanzaron el éxito deseado.

Durante los siglos siguientes empezaron a crecer numerosos periódicos. El periódico más veterano que aún opera hoy en día es el Post-ochInrikes Tidningar de Suecia, fundado en 1645. La generalización de los periódicos tuvo que esperar a la sociedad industrial: fue a partir de mediados del siglo XIX cuando se experimentó un gran desarrollo de estos medios. (Holloway, 2001)

En 1962, el diario Los Ángeles Times empezó a acelerar sus linotipos con cintas perforadas de computadoras RCA, después de automatizar la alineación y los hifenes en el texto en columnas. Esto aumentó la eficiencia de los operadores manuales de los linotipos en un 40%. (Quintana Males, 2013)

### **1.3.2. La Revista**

Al hablar de revista, sabremos que esta es una publicación de aparición periódica, la cual tiene intervalos mayores a un día. La diferencia de esta con los diarios y los periódicos es que los periódicos están orientados a ofrecer noticias de actualidad que se haya producido de manera casi inmediata, en cambio en el caso de las revistas, estas ofrecen una segunda y más exhaustiva revisión de los sucesos, bien sea esta de interés general o sobre un tema más especializado. Usualmente estas se encuentran impresas en papel de mejor calidad, y la encuadernación es

más cuidada.

*“La revista es un conjunto de información escrita acompañada de fotografías, imágenes, color, texto, entre otros, que despiertan el interés por la lectura hacia las personas”.*(Morales, 2004)

Según (Judith, 2001), indica que “La revista es un medio gráfico de comunicación y al estar impreso sirven para difundir información que se pretende, que el receptor recuerde y pueda tener a mano cuando quiera consultarla”. Ella menciona que la revista contiene textos de vital importancia, a la vez investigados a fondo para satisfacer el deseo de mantener al tanto de lo que sucede por parte del destinatario.

### **1.3.3. Historia de la Revista**

Las revistas tuvieron sus inicios cuando surgió la aparición de publicaciones periódicas las mismas que no eran únicamente informativas, sino que eran en forma de almanaques; a los cuales se habían incorporado de manera paulatina a sus páginas una variedad de lecturas.

Las primeras revistas reunían una gran variedad de material que era de interés para los lectores. Una de las primeras aproximadamente entre los años 1663 y 1668 fue la publicación alemana: *"Discusiones Mensuales Edificantes"*<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup>DÍAZ, David. El Medio Digital frente a los "Periódicos Impresos", la Radio y la Televisión. Disponible en: [www.ull.es/publicaciones/latinaRevistaLatinadeComunicaciónSocial.AñoIII.No.31](http://www.ull.es/publicaciones/latinaRevistaLatinadeComunicaciónSocial.AñoIII.No.31) Consultado el 23 de abril del 2012

## **1.4. CARACTERÍSTICAS DE UNA REVISTA**

Las revistas poseen características propias las mismas que hacen que el receptor tenga la opción de escogerla bien sea por su contenido, así como su periodicidad, la misma que es una naturaleza homogénea propia de sus contenidos, con lo que demuestra que el producto tienen amplia variedad.

### **1.4.1. Tipos de Revistas**

Actualmente circulan diversos tipos de revistas, las mismas que se utilizan o sirven para diversidad de público, desde infantiles hasta público adulto. Existen también revistas especializadas en algunos temas en particular tales como revistas cristianas, juveniles y para niños, así como aquellas que hablan de temas especializados tanto en cocina, como en deportes, o algún otro tema de interés, como lo son las revistas culturales, las revistas políticas, científicas o literarias.

Es así que según (Quintana Males, 2013), las revistas se clasifican en:

1. Informativas.
2. Especializadas
3. De entretenimiento y
4. Científicas.

## **1.5. HISTORIA DE LAS REVISTAS TURÍSTICAS INFORMATIVAS**

Algunos años después que surgieron las revistas, es decir luego de la segunda guerra mundial en el año 1946, lo cual surgió como respuesta a una necesidad de información que hiciera referencia de destinos turísticos, periodo en el cual aumentaron los viajes turísticos los cuales



fueron el resultado del crecimiento. Había lugares donde aparecieron las primeras revistas de tipo turístico las mismas que en un principio eran muy sencillas, limitándose solo a hacer propaganda y con ello proporcionar algunas opciones dirigidas a los turistas.<sup>4</sup>

## **1.6. LAS REVISTAS SON ACTIVAS.**

Para (Guijarro, 2003), en su obra, "Técnico en Publicidad, tomo 1", "la revista es de alta afinidad que establece una fuente de relación con el lector, exige toda la atención del receptor sin ningún tipo de distracciones, que se convierten en una ventaja frente a la televisión y la radio, no se necesita del cien por ciento de atención.

Las revistas deben despertar el interés por el material que tienen las estas en su interior y lograr con ello que el destinatario se sienta satisfecho al momento de comprar y leer una de ellas. Hay que tomar en cuenta que los textos y las fotografías son un componente esencial en las revistas debido a que sin ellos su circulación no sería tomada en cuenta por las personas. Deben ser activas tanto en su presentación como por el contenido de los temas, los cuales deben despertar un verdadero interés, así como también contenido actualizado, textos con suficiente claridad, dinamismo en las palabras y sobre todo que satisfaga al destinatario.

## **1.7. AMPLITUD DE TEMAS.**

Como ya se dijo anteriormente, las revistas tienen la capacidad de abarcar diversos temas así como extenderlas con mayor profundidad de investigación y es por ello que no existe una limitación en cuanto a su

---

<sup>434</sup>LÓPEZ, Xosé. Nuevos Medios de Comunicación para Intervenir en la Sociedad Mundializada. Disponible en: [www.saladeprensa.org](http://www.saladeprensa.org) Año III. Vol.2. Consultado el 24 de abril del 2012

contenido, los cuales se encuentran separados por secciones para con esto lograr que no exista confusión por parte de los receptores o lectores.

Una revista también puede contener temas diversos tales como salud, deportes, ciencia, cultura, economía, música, farándula, política, entre otras; en fin existe una diversidad amplia de temas para revistas, los cuales pueden ser distribuidos en estas dependiendo de la predisposición de sus administradores así como del objetivo que tenga con el material.(Morales, 2004)

### **1.8. VIDA.**

Las revistas por lo general tienen un periodo de vida más largo y duradero ya que el receptor de estos mensajes no la leen de inmediato como en el caso de los diarios de noticias, el lector lo hace en sus tiempos libres y más aún por la extensión de sus páginas estas pueden ser más perdurables ya que estas no pierden actualidad, debido a que trascienden en el espacio y en el tiempo, y la mayoría de sus temas son reportajes no pierden actualidad por la importancia que estos irradian a sus lectores.

Las revistas tienen mayor color, textos y fotografías a diferencia de los periódicos y con respecto a su papel, este es de mayor calidad. Sirven como material de colección por su contenido ya sean de consejos, salud, educación, tecnología, cultura, historia, entre otros. Cabe anotar que es un medio que causa hábito en su lectura, pero esta depende de los temas que se incluyan.(Morales, 2004)

### **1.9. MEDIO PUBLICITARIO.**

En el caso de las revistas, sean estas virtuales o impresas, las publicidades que se muestran no se presentan en forma saturada como sí lo es en los casos de la radio y televisión. En las revistas los espacios

publicitarios son a full color y en el caso de las digitales tienen gran cantidad de pixeladas que le proporcionan mejor resolución, lo cual llama en gran forma la atención del lector. Para poder diagramar un espacio publicitario, este mismo debe reunir todas las características de un trabajo profesional, animando la atención en los perceptores y, sobre todo, que incentiven a promocionar lo que se publicita en el medio escrito.

### **1.10. CLASES DE REVISTAS.**

Actualmente tenemos un sinnúmero de revistas, las mismas que están en circulación y que se encuentran a disposición de los lectores, ya que estas son creadas con un objetivo que se encuentra establecido y por ende acorde al público al cual se desea llegar, además de esto es de mencionar que no existe un criterio adecuado utilizado para la clasificación de las revistas, las mismas que están clasificadas como se indica a continuación:

- ✓ Por su contenido
- ✓ Por su tamaño (formato)
- ✓ Por zona geográfica
- ✓ Género periodístico

### **1.11. EL DISEÑO Y LA DIAGRAMACIÓN.**

#### **1.11.1. Elementos para el armado de una revista.**

Según el criterio de (La linde Posada, 1997) menciona que *“El diseño y la diagramación son actos de creación y son los últimos pasos de un diagnóstico y de una estrategia comunicativa, mismos que se convierten a la vez en un acto de comunicación y creación”*

Según lo anteriormente citado se indica que al momento de realizar el respectivo diseño, ponemos en juego algunos aspectos, los mismos que aunque pareciera insignificante a la larga terminan por tornarse de gran importancia para el trabajo, tal como se mencionan a continuación:

- ✓ Nuestra propia historia
- ✓ Gustos por la vida
- ✓ Conocimientos sobre el arte de diseñar y diagramar
- ✓ La mirada, por cuanto cada persona tiene su forma de ver al mundo
- ✓ Sentido del orden y nuestro pensamiento lógico.
- ✓ La sensibilidad hacia los demás
- ✓ Deseos de contar algo
- ✓ Nuestra habilidad manual y visual, puede ser aprendido
- ✓ Nuestro sentido pedagógico, como comunicadores y cuál es la tarea que debemos cumplir y reflejar en nuestro trabajo.(Morales, 2004)

### **1.11.2. Diseño**

Cuando hablamos de diseño también hacemos referencia a la delimitación de algún objeto según los datos que obtenemos de acuerdo al diccionario práctico de la lengua española. Esta es otra forma de hacer comunicación. Debemos también saber que el diseño consiste en asignar funciones a algunos objetos que se encuentran disponibles hacia nosotros. Esto se convierte en un acto tanto de creatividad como de imaginación, bien sean por medio de gráficos, fotografías, colores, etc. cuyo objetivo será el poder transmitir un mensaje. (Morales, 2004)

### **1.11.3. Elementos del diseño**

En el diseño gráfico usualmente deben intervenir algunos elementos, los mismos que son de gran importancia para su desarrollo y los cuales deben ser combinados de manera adecuada para con esto lograr nuestro objetivo el mismo que hace referencia a la comunicación, entre los elementos del diseño tenemos:

El soporte

Los signos

Mensaje

La forma(Morales, 2004)

### **1.11.4. Géneros Periodísticos**

En cuanto a géneros periodísticos se refiere tenemos una diversidad de modelos, los cuales tienen como objetivo otorgar un dinamismo al periodismo para que este logre el equilibrio adecuado y con ello tenga capacidad de evolución y por ende creación de nuevos géneros con el único afán de lograr la captación de lo máspreciado por el comunicador que es el interés y la aceptación de quien la visualice o le dé lectura, entre los más destacados géneros tenemos los siguientes:

- ✓ La noticia
- ✓ Cuerpo de la noticia o sistema piramidal
- ✓ El reportaje

### **1.11.5. Análisis**

El análisis que se haga en cualquier revista o medio de comunicación se realiza utilizando con ello a todos los géneros, con esto se analizan las

respectivas cifras e ideas de terceros, además de sacarlas debidas conclusiones, su interpretación es considerada como esencia de la nueva forma de comunicarnos.

El análisis de una información puede funcionar de manera independiente, por lo tanto en muchos casos no se considera trascendental debido a que se suele confundir con opinión de quien lo remite y muchas veces se suele confundir con el ensayo, basando su diferencia en la forma de escritura y realización.

#### **1.11.6. Artículo**

En los artículos generalmente predomina la opinión que puede ser a su vez el análisis de algún tema de gran importancia y relevancia. El punto de vista de estos, en algunas ocasiones se publican en la página de opinión de alguna persona, más no significa el punto de vista de ese medio impreso.

#### **1.11.7. Editorial**

La editorial es de gran importancia para un medio de comunicación y más aún en los virtuales que es donde existe competencia de información. Cuando nos referimos a editoriales debemos saber que estos deben ser sustanciosos y bien escritos; ya que este género es un texto expositivo-argumentativo, para la construcción de los editoriales necesitamos que se dé cumplimiento a las siguientes reglas:

- ✓ Los hechos que dan pie al editorial
- ✓ Principio generales, doctrinales filosóficos, políticos y sociales aplicables al caso, los que fundamentarán la opinión.

- ✓ La opinión como fallo de análisis; como resultados de la aplicación de esos principios.(Morales, 2004)

“Lo más cercano al editorial en literatura es el ensayo, mismo que es breve impregnado de oportunidad, el editorial está comprometido con la actualidad, se dirige a un público que en su inmensa mayoría carece de intereses literarios y amplia cultura, además se dirige a un público que espera respuestas inmediatas y hasta cierto punto prácticas y finalmente procura un tono de objetividad” (Bond, 1988)

#### **1.11.8. Diseño de la revista**

Antes de saber del diseño de una revista virtual debemos saber que es una revista propiamente dicha, tal como lo hemos analizado en párrafos anteriores al definir la misma. Estas se podrían considerar como un conjunto de artículos los cuales siempre comparten un tema común. Al analizarla podremos visualizar que esta se compone de algunos parámetros que los resumimos de la siguiente manera:

- ✓ Un título
- ✓ Un texto resumen de la noticia en letras grandes
- ✓ Una fotografía que puede tener diferentes tamaños, con un texto al pie de la fotografía
- ✓ Una o varias columnas con el texto del artículo
- ✓ Opcionalmente, entre las columnas aparecen textos claves más grandes y flotando en el espacio de la revista.

Según algunos conocedores de la materia previa a maquetar unan revista, debemos tener en claro algunas consideraciones:

- ✓Cuál es el objetivo que deseas conseguir

- ✓ A qué grupo objetivo va dirigida
- ✓ Frecuencia de publicación
- ✓ Formatos (Digital o papel)
- ✓ Quienes asumirán la tarea (Colectivo de trabajo)

## **1.12. EL PÚBLICO Y EL MENSAJE**

“El material científico destinado a los grandes públicos deben incluir amenidad y algo de buen humor y ambientación anecdótica que pueden también obtenerse en las fuentes documentales y, sin menoscabar la fidelidad y dignidad del tema que permiten al periodista obtener alternativas agradables a un lector demasiado halagados por los otros flancos de periodismo”<sup>5</sup>

### **1.12.1. Que es el mensaje**

El mensaje es uno de los elementos más importantes dentro del proceso de la comunicación, de la calidad de un mensaje podremos darnos cuenta de la educación, instrucción, inteligencia y sensibilidad del interlocutor; el objetivo de la comunicación es la interacción entre los seres sociales. (Morales, 2004)

Para esto debemos considerar lo siguiente:

- ✓ El mensaje debe formularse y entregarse de tal manera que capte la atención del receptor.
- ✓ El mensaje debe utilizar signos y un código común al emisor y al receptor para transmitir el mensaje.

---

<sup>5</sup>CIMPEC, Periodismo Educativo y científico, Época, Bogotá-Colombia, 1974, p. 101



- ✓ El mensaje debe despertar necesidades de la personalidad del receptor, y sugerir alguna manera de satisfacer esas necesidades.
- ✓ El mensaje debe apuntar para satisfacer esas necesidades; una forma adecuada a la situación del grupo en la que se encuentra el receptor en el momento que es impulsado a dar la respuesta deseada.

### **1.13. COMUNICACIÓN Y TURISMO**

Esta relación se dio en el siglo XX que es donde se dio el inicio de un nuevo mercado sobredimensionado a gran escala, el mismo que fue el Turismo, el mismo que para lograr la captación de un gran flujo de consumidores, siendo la comunicación una catapulta metodológica para lograr el factor decisivo y con ello obtener el respectivo despegue y crecimiento de esta empresa como lo es el turismo, con lo que se generó la cultura de ahorrar para disfrutarlo en vacaciones.

Estados Unidos fue la cuna de los estudios de comunicación al ser su economía interna en crecimiento el motor que impulso a la economía mundial en esa época por lo que los ciudadanos norteamericanos tenían el suficiente nivel adquisitivo como para poder disfrutar de la empresa turística, siendo la sociedad norteamericana la pionera en experimentar la propagan turística a gran escala.(Quintana Males, 2013)

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. DEFINICIÓN DE REVISTA DIGITAL**

De acuerdo a lo indicado por María Pinto, se considera a las revistas electrónicas como publicaciones periódicas, las cuales se generan a través de elementos electrónicos. Se las considera como productos que por sus características están diseñadas en algún medio bien sea digital, magnético o también podría ser en digital, puede ser difundido a través de la web o también transferido entre personas o empresas.

#### **2.2. BENEFICIOS DE LA REVISTA DIGITAL.**

Las revistas digitales tienen algunas ventajas que van desde la preservación de documentos raros y frágiles hasta disminuir el costo del consumo del papel, así mismo con esta se facilita la transmisión realizada mediante redes telemáticas, con esto se ofrece una solución al problema de espacio físico que la tienen ciertas revistas impresas, además de las ya mencionadas tenemos:

1. Posibilita incorporar correcciones y comentarios hechos por los lectores.
2. Permite búsquedas en el texto completo.
3. Establece una cercana relación de autores y lectores, por correo electrónico, favoreciendo la comunicación científica.
4. Permite la publicación inmediatamente, a partir de un régimen de edición continua.

### **2.3. CARACTERÍSTICAS DE LA REVISTA DE REVISTA DIGITAL.**

Las revistas digitales se caracterizan principalmente por ser de fácil difusión, a través de estas se ahorra el costo y la fiabilidad para su uso debido a que son documentos electrónicos los cuales pueden ser manipulados de manera constante y estas en algunas ocasiones son difundidas por medio de servidores a través de password a modo de SciencDirect. Entre las características más relevantes de estas tenemos:

#### **A) El cabezote**

Debemos tener muy en cuenta el grado de importancia que tiene el nombre de la revista así como lo tiene su presentación visual lo cual es en sí la marca de la publicación por lo que esta deberá encerrar su espíritu y a la vez tener las cualidades propias de comunicación. Otra cosa importante es la ubicación de este en la portada, ya que por medio de esto se puede definir un claro sistema de comunicación y equilibrio entre el receptor y el mensaje o publicación.

#### **B) La infografía**

La infografía es la manera más representativa y visual que aquella que se representa en los textos, en ella se describe las cosas que queremos mencionar, se realizan las respectivas narraciones o interpretaciones, las cuales son presentadas de forma gráfica y generalmente figurativa, estas pueden coincidir o no con sonidos o grafismos abstractos.

#### **C) Antetítulos**

Los títulos constituyen uno de los elementos que contribuyen más notoriamente a la presentación de la noticia; pero muchas veces no es

posible decirlo todo en el título, ya que tiene que ser breve. Por eso se hace uso de los antetítulos y de los subtítulos, que ofrecen más datos sobre la noticia que se quiere destacar.

#### **D) Bocadillos o globos de texto**

Existen lo que conocemos en comunicación e información como globo o también con el nombre de bocadillo, que es aquello que sirve para integrar en la viñeta algún discurso o un determinado pensamiento, Los globos de diálogos o también identificados como bocadillos abarcan en sí casi toda la cultura visual moderna, principalmente cuando se trata de tiras cómicas.

#### **E) Pie de foto**

Cuando nos referimos bien sea a edición o a periodismo, y hablamos del pie de foto, nos referimos a un pequeño texto que se pone acompañando a una fotografía, en la cual se describe a la misma. Esto se debería aplicar a todas las fotografías y mucho más aquellas en las que aparece más de un objeto o persona, lo cual no ocurre con aquellas que tengan una obviedad absoluta, estos deben ser por ende explicativos.

#### **F) Subtítulo o entradilla**

Un subtítulo lo podemos definir como un texto que se evidencia en el borde inferior de una imagen, frecuentemente sobre impuesto a ella, este aporta información adicional sobre la misma o en ciertos casos traduce alguna narración o diálogo que puede ser conducido en un idioma extranjero y al hablar de las entradillas sabemos que es el modo en que se incidan las noticias de las cuales existen varias clases.

## **2.4. USOS DE LA REVISTA DIGITAL**

En la actualidad usualmente utilizamos la información digital en la mayoría de nuestras actividades cotidianas. Es por ello, que se ha incrementado el uso de la imagen digital, al igual que otros medios tales como sonidos, textos y videos, tanto en el ámbito comercial como en lo personal. Esto ha sido incitado por dos factores, los cuales interactúan de manera constante respecto al progreso de la tecnología informática.

- ✓ El primero es el constante aumento en la capacidad del hardware para procesar mayor información.
- ✓ El segundo, es la tendencia de utilizar interfaces en los sistemas operativos más comunes tales como Windows y Macintosh.

Por otro lado, el uso multimedia, de estos sistemas operativos, tiene como claro propósito aprovechar una mejora continua con respecto a la ampliación en las capacidades de las computadoras. Las primeras computadoras personales sólo requerían texto para ser utilizadas.

## **2.5. COMPONENTES DE LA REVISTA DIGITAL**

Desde hace escasos años los medios impresos han venido experimentando una etapa evolutiva, ya que existe la tendencia a pensar que la crisis mundial está afectando el cierre de grande medios impresos más sin embargo es difícil negar que actualmente ya no consumimos información como lo hacíamos antes bien sea porque somos generadores o se está escaseando la cultura de la lectura y por ello los medios impresos se ven obligados a dar un paso a la evolución digital referente a sus contenidos.

En cuanto a los componentes tenemos la siguiente referencia de las revistas digitales:

- ✓ Han hecho su transición del papel a lo digital
- ✓ Han tomado la alternativa de usar tecnologías interactivas como Flash.
- ✓ Utilizan el formato PDF.

### **2.5.1. Logotipo y diseño**

Tanto el logotipo así como el diseño de las revistas es un elemento muy importante que se debe considerar siempre y mucho más al momento de diferenciarla de un blog, se debe tener en cuenta que este debe resaltar del diseño y los colores utilizados en él cual deben tener una armonía con el resto de contenido manejado. Cuando nos referimos a los logotipos de las revistas sabemos que estos son simples y destacados ya que se presentan en la página principal.

### **2.5.2. Organización de contenido**

Lo más importante en las revistas y que es lo primero en visualizarse es el contenido, lo cual convence o no al lector de su adquisición o lectura, al utilizar títulos bien elaborados, el contenido no sólo ayudará al usuario a mantener el interés por la revista, sino que también garantizará un posicionamiento en los buscadores. Se deben también utilizar links de referencias ya que generalmente las personas quieren saber más sobre lo que la revista quiere decir.

## **2.6. ESTRUCTURA DE LAS REVISTAS DIGITALES**

La estructura que deben contener tanto los periódicos como las revistas hablando de las impresas como de las digitales constan de un diseño estructural que varía muy poco en cada ejemplar, es por esto que se detallan, más en su estructura interna y externa. Con lo antes mencionado tenemos que la estructura de las revistas es la siguiente:

### **Estructura externa:**

- Formato en cuanto a tamaño y forma
- Portada
- Logotipo y fechario
- Lema
- Sumario o índice abreviado
- Directorio"
- índice
- Contraportada

## **2.7. VENTAJAS DE LA REVISTA DIGITAL**

En primer lugar, destacamos la instantaneidad. Una vez preparada, la Revista Digital se puede poner a disposición de los usuarios de una manera inmediata y con la ventaja de que se pueden incorporar las noticias, reportajes, artículos de actualidad y demás eventos que se hayan producido hasta pocos momentos antes del cierre de la edición, ya que prácticamente no se pierde tiempo en la maquetación, tirada y distribución a los puntos de difusión.

En segundo lugar, sitúan la capacidad de difusión y dentro de ella dos aspectos: El primero de ellos es que se puede poner al alcance de un colectivo determinado o bien al alcance de todo el mundo, y todo ello sin incrementar los costes, que serían los mismos si se hace para que la vea una sola persona o para millones. El segundo es el coste mínimo físico de

difusión, es decir, el ahorro en maquinaria de impresión, el coste del papel y de las tintas, el transporte al punto de difusión, la comisión del distribuidor, las devoluciones etc., ya que todos estos costes desaparecen totalmente en las Revistas Digitales.

No podemos omitir el importante ahorro que conseguimos, con las revistas digitales, en papel, componentes químicos, CO2 emitido a la atmósfera, que produce la impresión y distribución de una revista en papel. También debemos destacar que el contenido de una Revista Digital se puede enriquecer y actualizar considerablemente en comparación con el de una revista gráfica, ya que a los artículos, reportajes y fotos que configuran normalmente el contenido de una revista gráfica, se le pueden añadir Videos ilustrativos, Video Reportajes, Efectos Audio-Visuales, y otros elementos multimedia que permitan hacer la revista mucho más instructiva, ágil y amena.

## **2.8. ELABORACIÓN DE LA REVISTA DIGITAL**

Para realizar un trabajo de estas características se debe contar con todos los materiales necesarios a fin de poder dar cumplimiento tanto a su objetivo como al proyecto que se tiene en mente, para esto se deben establecer algunas consideraciones las mismas que se deben cumplir, para lo cual se detallan a continuación un ejemplo de la misma:

### **Información**

Como primer paso será la recolección de toda la información que se incluirá en el material impreso. Éste trabajo hace referencia a una revista digital de la ciudad de Manta, aquí se tendrá que recopilar los textos con referencia a la ubicación geográfica, historia del cantón, su nombre, división política, aspectos económicos, culturales, etc. para la recopilación



del texto se emprenderá una investigación profunda de todos los datos que contendrá el material impreso, se utilizarán los libros que reposan en la biblioteca municipal.

## **Fotos**

Para que una revista sea atractiva y despierte el interés de sus lectores es conveniente que los textos vayan acompañados de fotografías, actuales y de archivo, mismos que darán la credibilidad del material impreso. Además se incluirán fotos de obras efectuadas por la primera autoridad, fotos de la reina del cantón sitios turísticos que posee el pueblo a fin de promocionar esas áreas ante los lectores que lo adquieran.

## **Armado de una revista.**

La revista es digital y por lo tanto más personas tendrán acceso a ella, es decir que va a ser vista con mayor intensidad que un diario, por lo que debemos tomar en cuenta que será necesario contar con todo el material para la elaboración de texto institucional se tomará en cuenta los siguientes elementos:

## **Tipografía**

Los elementos como son la tipografía llegan a ser uno de los aspectos más importantes, al igual que otros, por ello después de un análisis y comparación de tipografía, la revista será con tipo de letra "Times New Román", este tipo de letra fue escogida esta tipografía debido a la existencia de mayor cantidad de texto.

## **Tamaño**

El tamaño de las letras también llega a ser de vital importancia para el diseño y diagramación de una revista, en este caso las letras serán de 10 y 12 puntos en lo que tiene que ver al texto en general. Su tamaño variará en los títulos que serán de 71 puntos, otros de 51, mientras que los subtítulos de 31 o 81 puntos, además se utilizaran las letras grandes para el inicio del escrito.

Debemos considerar que otros textos deberán tener un tamaño de 13 a 14 puntos, como ejemplo podemos citar una editorial escrita por el alcalde de una ciudad, el mismo que para que su texto se vea atractivo se recomienda utilizar letras en cursivas y negritas, lo cual resaltará las palabras emitidas por él, las que ganará mayor atención.

## **Color**

La revista virtual que estamos planteando será a todo color sin caer en el error de no cuidar las pixeladas que en esta se presenten. En cuanto a la numeración de las páginas, estas estarán en un cuadro de color azul optativamente y el tamaño de la misma es de 26 puntos, los números de color amarillo.

### **2.9. PERIODISMO DIGITAL.**

Sabemos que los medios de comunicación tradicionales tales como lo son la radio, prensa y televisión están constantemente sufriendo cambios muy fuertes en la denominada “era de la información”. Es por esto que el periodismo digital y sus características es un tema que se discute con gran interés en la actualidad.

*“Internet es un meta medio que aglutina el audio, el texto y las imágenes. Internet tiene la inmediatez de la radio, la profundidad de contenidos del periódico y el impacto de la imagen televisiva”*(Borja Garzón, 2010)

### **2.9.1. Información requerida para los usuarios.**

Los usuarios de este medio serían todos los involucrados con la ciudad para retroalimentar el contenido y difundir las potencialidades tanto turísticas como hoteleras, la gastronomía y ellos aportarían con ideas sobre que debería contener la revista informativa digital. Lo que requería principalmente para los visitantes:

- ✓ Lugares más concurridos
- ✓ Calendario de actividades
- ✓ Sitios culturales

Y como para los visitantes sería conveniente aprovechar el espacio para informar de actividades que realiza la ciudad, porque los ingresos solo son en cierta temporada, como muchos medios realizados en Manta son impresos se les daría apertura para que publiquen parte o en su totalidad de contenido.

## **2.10. DESARROLLO DE LA REVISTA INFORMATIVA DIGITAL PARA LA CIUDAD DE MANTA**

### **Determinar usuario**

En este caso muy particular se podría usar el dominio de la Municipalidad de Manta o publicarla en un sitio gratuito y promocionar la difusión del mismo. Todo esto con el fin de optimizar recursos y reducir los costos de

mantenimiento del sitio ya que si bien sabemos por difusión en la web suelen cobrar los costos de la misma.

#### **2.10.1. Difusión de la revista mediante portales web**

La difusión es mucha más rápida y menos costosa, porque entre usuarios se pueden pasar el link extendiendo la difusión. A más que solo se realiza un ejemplar ahorrando papel, es mucho más práctica la globalización del internet y la tecnología para no evolucionar la manera en que se comunica y sus beneficios.

#### **2.10.2. Dirección de la página o dominio.**

Ya determinado lo anteriormente mencionado ya tendremos la ubicación de nuestra página que en este caso la dirección electrónica en la cual se está encontrará almacenada información, la misma que servirá para el uso de los turistas.

#### **2.10.3. Multimedia informativa**

*“La multimedia informativa son las que contienen páginas web y suelen contener varios anuncios y otros contenidos que son periféricamente relacionados con el contenidos principal de la página”.*(Borja Garzón, 2010)

### **2.11. LOS LECTORES DE LAS EDICIONES DIGITALES**

#### **2.11.1. Efectos en la comprensión**

De alguna manera “los adictos del ordenador descubrieron el nuevo

mundo del 'ciber espacio', un mundo mental cuya clave de acceso se encontraba en el ordenador, tal y como la tecnología tipográfica tiempos atrás había abierto sus puertas descubriendo su propio mundo narrativo"<sup>6</sup>. Así, la estructuración y plasmación de las noticias en el formato digital caracterizado por la interrelación intrínseca entre sus elementos, concretamente con la inclusión de enlaces que permiten libremente adaptar el discurso informativo a las necesidades propias, podría afectar en cierto modo a la comprensión.

## **2.12. FORMATOS DIGITALES**

### **2.12.1. Formatos de archivo**

Las imágenes digitales se pueden crear y guardar en muchos formatos que están diseñados para poder usar las imágenes en diferentes medios, como correo electrónico, impresión y páginas web. La compresión de los archivos sirve para que las imágenes sean manejables en internet. Las conexiones de banda ancha, las redes ultra rápidas y los medios de almacenamiento de alta capacidad pueden haber reducido la necesidad de comprimir las imágenes digitales por sistema, aunque todavía sigue siendo esencial para su uso en internet. (Paredes Calderón, 2009)

### **2.12.2. Tipos de formatos digitales**

Entre los formatos que existen podemos utilizar cualquiera de los que se mencionan a continuación:

- ✓ Formatos digitales
- ✓ Pasos para la creación de la revista digital

---

<sup>6</sup>STAMFORDFRIEDMAN, Susan. Penelope revisited: the new modernity, Cambridge, Cambridge University Press, 1999, pág. 25

- ✓ La revista digital como medio informativo

### **2.12.3. Aplicaciones de los formatos digitales**

Vivimos en una nueva sociedad donde el motor de la economía es la información, los bits son más importantes que los átomos; el patrimonio es cada vez más intangible y el patrimonio ahora es digital. El patrimonio digital consiste en recursos únicos que son fruto del saber o la expresión de los seres humanos. Comprende recursos de carácter cultural, educativo, científico o administrativo e información técnica, jurídica, médica y de otras clases, que se generan directamente en formato digital o se convierten a éste a partir de material analógico ya existente. Los productos “de origen digital” no existen en otro formato que el electrónico.

#### **La selección del formato electrónico nos permite:**

Entre lo que nos permite la selección de formato electrónico tenemos lo que sigue:

- ✓ Accesibilidad es vulnerable, por el cambio tecnológico.
- ✓ Gestión de registros (activos o de archivo) es mejor con menos formatos diferentes.
- ✓ Condiciones de archivo
- ✓ Preservación de la autenticidad
- ✓ Facilidad de acceso
- ✓ Dos perspectivas
  - a) Preservación (Presentación)
  - b) Reutilización (Procesamiento)<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup>[http://www.imaginar.org/docs/P\\_formatos\\_preservacion.pdf](http://www.imaginar.org/docs/P_formatos_preservacion.pdf)

## Estándares abiertos

Entre los estándares abiertos que tenemos en una revista digital están:

- ✓ Ubicuidad
- ✓ Estabilidad
- ✓ Soporte de metadatos
- ✓ Funcionalidad
- ✓ Interoperabilidad
- ✓ Viabilidad
- ✓ Migración
- ✓ Autenticidad
- ✓ Procesabilidad
- ✓ Presentación<sup>8</sup>

### 2.12.4. Formatos gráficos web

**JPEG.** Acrónimo de Joint Photographic Experts Group. Formato de archivo universal utilizado para comprimir imágenes. El nivel de compresión se puede seleccionar en una escala desde 1 a 99, siendo la compresión 1 la de mínima pérdida de información y 99 la compresión más elevada. Es el formato de imagen más usado en la web. (Paredes Calderón, 2009)

**GIF.** Graphic Interchanged Format fue desarrollado por CompuServe exclusivamente para la Web. Se usa comúnmente con imágenes gráficas de colores sólidos y formas nítidas para internet. Está pensado para la visualización en pantalla debido a su reducida paleta cromática. El formato GIF está basado en una rutina de compresión sin pérdida, por lo que las imágenes se pueden volver a guardar sin disminución de calidad. (Paredes Calderón, 2009)

---

<sup>8</sup>[http://www.revista.unam.mx/vol.6/num5/art50/may\\_art50.pdf](http://www.revista.unam.mx/vol.6/num5/art50/may_art50.pdf)

**PNG.** Es el último formato de compresión aparecido en la web. Nace en 1994, tiene lo mejor de los dos formatos por excelencia GIF, y JPG. La compresión que utiliza es de alta calidad, logra reducción en los tiempos de descarga. Esta calidad afecta tanto al poco tamaño que llega a pesar en kilobytes como resultado visual de la imagen una vez comprimida.

#### **2.12.5. DISEÑO GENERAL DE LA PÁGINA WEB**

- ✓ Estructurar bien las páginas, mediante títulos y subtítulos, manteniendo una pretensión clara y consistente a lo largo de todo el sitio web.
- ✓ La página de inicio debe ser atractiva.
- ✓ Es mejor no incluir ninguna referencia a la actualidad de los datos.
- ✓ Identificar la página en todo momento, y más aún en la página principal. En la página de inicio debe aparecer de forma clara y prioritaria el logotipo de la empresa o una forma de identificarla, preferiblemente en la zona superior izquierda, que suele ser el sitio más habitual.
- ✓ La dirección URL de la página. Esta dirección es la identificación dentro de los contenidos de internet de nuestra página. Por eso se ha de elegir una denominación fácil de recordar y que tenga relación con los contenidos que ofrece.
- ✓ El nombre del dominio no debe ser demasiado largo ya que dificultará que sea recordado y complicará su escritura en el navegador.
- ✓ Para los dominios con múltiples palabras. Existen diversas opciones para estos casos.(Paredes Calderón, 2009)



### 2.12.6. IMÁGENES DIGITALES

*“Las imágenes digitales son el resultado de una mezcla de colores cada uno definido por una serie precisa de números” (Paredes Calderón, 2009)*

De acuerdo a la apreciación de (Paredes Calderón, 2009), las imágenes digitales pueden ser de dos diferentes tipos como lo son el vectorial y el raster. Al hablar del vectorial sabemos que en estos archivos se definen la imagen, la posición, el tamaño y las características y estos a su vez no afectan las demás imágenes.

Entre otras cosas sirven para representar símbolos, esquemas o dibujos lineales. Cuando hablamos de los raster o mapas de bits tenemos que en estas imágenes se colocan en forma de rejilla y cada almacena por separada la información que se refiere al color de dicho punto.

### 2.12.7. Modos de imagen

- ✓ **CMYK** (Cian, Magenta, Yellow, Black) es el sistema más empleado en imágenes impresas.
- ✓ **RGB** (Red, Green, Blue) es el sistema empleado por los monitores independientemente de la imagen así se representa en pantalla y cada pixel incluye un porcentaje de cada color que varía de 0 a 256
- ✓ **Escala de grises** en este sistema disponemos de un sistema de grabaciones que va del blanco puro al negro puro. Los datos de una imagen de escala de grises ocupan tres veces menos espacio que los de una imagen RGB.

- ✓ **LAB**, espacio de color teórico utilizado para procesar imágenes. Las imágenes LAB están divididas en tres canales uno para la luminosidad y dos para el color.
  
- ✓ **Resolución:** Es la relación mínima entre píxeles y tamaño de la ampliación. Puede ser alta que son imágenes que utilizan para hacer copias de gran calidad y ocupan mucho espacio o de baja resolución que se aplican a imágenes que tienen tamaños reducidos. (Paredes Calderón, 2009)

#### **2.12.8. FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y TECNOLÓGICOS DE LAS EDICIONES ON-LINE**

Una de las primeras preguntas a las que se enfrentó a los directores de las ediciones digitales fue a su concepción de los conceptos básicos que fundamentan las nuevas tecnologías de la información en su incardinación con la práctica del periodismo: hipertexto, redes, interactividad, multimedia, intertextualidad, multilinealidad y descentralización discursiva.

Una red hiper textual se ha considerado en esta investigación como un conjunto de nodos de información unidos lineal y/o multilinealmente entre sí a través de enlaces, siguiendo cualquier lógica de relación y soportados por una tecnología informática en red que permite el acceso y la navegación a través de estos nodos de contenidos. (Pérez Marco, 2003)

## **2.12.9. SOFTWARE**

### **Instalando y aprendiendo a usar indesing**

Antes de comenzar a dar los pasos para instalar el Software Indesing, necesitamos conocer qué herramientas se usan habitualmente en la creación de una revista digital. Cree diseños impresionantes utilizando herramientas que permiten que la expresión fluya libremente a través del control preciso de los gráficos, la tipografía, el color, la transparencia, los efectos y las imágenes colocadas.

Desplácese por las tareas de manera natural y eficaz y disfrute de una composición de páginas productiva en un entorno de diseño flexible.

Cree contenido personalizado de gran impacto y documentos extensos a la medida de cada tipo de audiencia a través de pasos lógicos y condensados y funciones avanzadas como la edición y eliminación automáticas de páginas.

Cree contenido personalizado de gran impacto y documentos extensos a la medida de cada tipo de audiencia a través de pasos lógicos y condensados y funciones avanzadas como la edición y eliminación automáticas de páginas.

#### **Requisitos:**

- Procesador de 1,5 GHz o mayor velocidad
- Microsoft® Windows® XP con Service Pack 2 (se recomienda Service Pack 3) o Windows Vista® Home Premium, Business, Ultimate o Enterprise con Service Pack 1 (certificado para ediciones de Windows XP y Windows Vista de 32 bits)
- 512 MB de RAM (se recomienda 1 GB)

- 1,8 GB de espacio disponible en el disco duro para la instalación; se necesita espacio libre adicional durante la instalación (no se puede instalar en dispositivos de almacenamiento basados en flash)
- Resolución de 1.024 x 768 (se recomienda 1.280 x 800) con tarjeta de vídeo de 16 bits
- Unidad de DVD-ROM
- Software QuickTime 7 necesario para funciones multimedia
- Conexión a Internet de banda ancha necesaria para los servicios en línea. El formato de sus archivos está basado en XML y está totalmente documentado. Se pueden importar textos de documentos OpenDocument, como RTF, Doc de Microsoft Word, y HTML (aunque con algunas limitaciones).

#### **El software necesario será:**

Un Editor Gráfico: Para incluir imágenes en nuestra revista, necesitaremos retocar fotografías, cambiarlas de tamaño, de colores, y en ocasiones, diseñar elementos gráficos como cuadros, barras y otros elementos. Para esto, necesitaremos usar un editor gráfico como Adobe Photoshop, Macromedia Fireworks, o alguno gratuito como EL GIMP.

Un Maquetador: Una vez hayamos retocado las fotos que irán en nuestra revista, tendremos que usar un maquetador, que nos mostrará la página de la revista, e iremos introduciendo texto, fotos, y todo el contenido. Después lo guardaremos en PDF. En este caso usaremos el programa Indesign que podrás encontrar en la zona de descargas del área tecnológica.

## **Instalando “Indesing”**

Para instalar Indesing, primero tendrás que bajarte el programa haciendo clic Setup a continuación:

- ✓ Aparecerá la ventana en la que nos pedirá el ingreso del serial del producto de 30 dígitos y SIGUIENTE.
- ✓ En el siguiente paso se escoge el idioma del programa e aplicaciones complementarias en la instalación.
- ✓ Se procede a realizar la instalar el software Adobe Indesing.
- ✓ Una vez terminada la instalación procedemos a registrar el software ingresando todos los datos requeridos por el sistema, y terminar.

## **Empezando a usar indesing.**

Es un buen programa que se proyecta al diseño de revistas y presentaciones totalmente profesionales. Adobe InDesign está orientado a la creación y diseño de páginas web para desarrolladores profesionales, ya que permite vincularse con Adobe Photoshop e Ilustrador para optimizar el tratamiento de imágenes. Adobe InDesign es compatible con Windows XP, Vista y Windows 7.

## **2.13. CARACTERÍSTICAS Y FUNCIONES PRINCIPALES DE ADOBE INDESIGN**

Permite vincularse con otras herramientas como Photoshop e Ilustrador, con el objetivo de crear un entorno creativo global en una única herramienta. Permite importar archivos de QuarkXPress y Adobe PageMaker Plus. Esto permite editar de forma personalizada las propiedades de las imágenes (escala, textos, rellenos, paths, resolución,

tamaño, etc.). Así se permite incorporar animaciones Flash a las imágenes. Permite exportar los proyectos a soportes físicos y digitales.

Incluye un completo sistema de control de cambios, aplicable a todos los documentos cargados por el programa. Licencia Shareware, por lo que se deberá adquirir la licencia de compra para poder acceder a todas las opciones de la aplicación. Disponible totalmente en castellano.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup><http://betadescargas.com/blog/adobe-indesign-cs4-full-con-crack/>

## **CAPÍTULO III**

### **3.1. CARACTERÍSTICAS DE MANTA**

Manta es una de las ciudades manabitas y de la Costa ecuatoriana dueña de una envidiable belleza natural, que complementada con la infraestructura física construida por los gobiernos Local y Central, más la inversión privada, contribuyen a que esta ciudad-puerto conste dentro de los destinos turísticos preferidos, a nivel nacional e internacional. Y es que Manta tiene una característica especial, puesto que es turística durante todo el año, ya que en sus dos estaciones que son la seca y lluviosa, se muestra totalmente acogedora, con un clima subtropical que hace que sus playas sean el atractivo más atrayente para quienes gustan de un refrescante baño soleado.

El Murciélago, Tarqui, Los Esteros, Barbasquillo, San Lorenzo, Santa Marianita, Ligüiqui, La Tiñosa, son algunas de las playas urbanas y rurales más visitadas y escenario de eventos multitudinarios. En Carnaval y en las celebraciones de las fiestas del Comercio, los días 23 y 24 de octubre y el 4 de noviembre, día de aniversario cantonal, que coincide con el asueto nacional por el 2 de noviembre, día de los difuntos, también Manta recibe miles de visitantes que copan la capacidad de hospedaje. Conciertos públicos de afamados artistas, eventos deportivos, festivales bailables, elecciones de reinas atraen la atención de propios y extraños, quienes disfrutan sin preocupaciones, bajo la vigilancia de personal policial encargado de velar por la paz ciudadana.

Esta suerte de preferencia turística de Manta, favorece a muchos sectores entre estos el de hospedaje, alimentación, transporte, centros de diversión, comercio, entre otros, cuyos representantes destacan el desarrollo que la ciudad ha logrado en este sentido, lo cual la hace más

atractiva a la inversión local y foránea, que se asienta cada vez más en este destino de progreso en América del Sur.

### **3.1.1. Características.**

Manta es un puerto abierto al mar, no tiene canales de ingreso, la entrada es todo el mar, el barco puede entrar del Norte y el Este. Ventaja que no tiene Guayaquil, Puerto Bolívar ni Esmeraldas. En cuanto a la profundidad del agua, Manta tiene calado para recibir sin ningún problema barcos de hasta 50 mil toneladas, una profundidad de 12 a 13 metros, en estos momentos se puede recibir un porta contenedor de 2 a 3 mil contenedores.

Se tiene calado natural de material duro y a los 31 años de actividad por primera vez se hizo un dragado en este año, que no es producto del uso del puerto si no de la sedimentación. En América del Sur el punto más saliente hacia el Pacífico está en Ecuador, que es la puntilla de Santa Elena y como puerto del Pacífico, Manta. Se encuentra a escasos kilómetros de la línea equinoccial, ventaja geográfica que hace que esté equidistante a los mercados de Colombia, Centro América, San Diego, Los Ángeles, y hacia el sur con Perú y Chile. Al ser equidistantes se está cerca del Asia y hay las mismas distancias hacía el norte y al Sur, lo que no sucede con otros puertos.<sup>10</sup>

### **3.1.2. Flora y Fauna**

En el cantón Manta, a una distancia de 26 km. de este Puerto de Transferencia se encuentra el bosque tropical húmedo de Pacoche. Ubicado a 20 minutos de la ciudad de Manta, vía a la costa en la zona rural es un área de 190 Km<sup>2</sup>, de bosque tropical, húmedo, existen

---

<sup>10</sup> <http://www.manta360.com/verguia.php?id=125&gid=52>



variedad de bosque articulados, unos introducidos por el hombre como el caso de los cafetales y cítricos, paja toquilla y otros silvestre como los de la caña guadua, palo santo aromo, laurel, etc.

En este hermoso rincón manabita, se aprecia exuberante vegetación, donde se respira aire puro, adentrándose en la naturaleza se encuentra variedad de árboles como: laurel, guaba, higuerón, caña guagua, paja toquilla, cafetal, etc. También para alegrar el ambiente hay animales como: monos, micos, conejos, venados, ardillas, tigrillos, zorros, perico ligero, culebras, guacharacas, palomas, loros, pericos, diferente variedad de pájaros, los campesinos cuentan que hasta hace pocos años existió el tigre.

La presencia de la flora y la fauna, es lo que le otorga vida a este hermoso paisaje. De Pacoche, 11km. más adelante está la parroquia San Lorenzo, ubicada frente al mar, 8 km. Antes de llegar al bosque de Pacoche se pasa por el sitio El Aromo, lugar muy húmedo, el 28 de noviembre de cada año celebran las fiestas de Pedro y Pablo, tradición que se mantiene con el aporte económico del 30% que viven en Venezuela. En El Aromo hay una cabina telefónica que brinda servicios de lunes a viernes.<sup>11</sup>

### **3.1.3. Cultura y Sociedad**

Manta es además una ciudad reconocida por su festival internacional anual de teatro, donde participan grupos teatrales de distintos lugares del mundo. El actor ecuatoriano **Carlos Valencia**, invitado al festival de Cannes por su actuación en "*Ratas Ratones y Rateros*". En octubre la ciudad conmemora el mes de las artes y la cultura, pero uno de los eventos con mayor celebración es la fiesta del comercio.

---

<sup>11</sup> <http://www.manta360.com/verguia.php?id=138&gid=55>

La ciudad de Manta es visitada por muchos turistas extranjeros quienes tienen mucho interés en aprender el español y conocer las costumbres locales. Son comunes en esta ciudad los programas de intercambio cultural y de idiomas, donde extranjeros vienen a aprender el idioma español a la vez que conocen la ciudad y el país. <sup>12</sup>

Entre junio y octubre, los trabajadores del mar rinden tributo a sus patronos san Pedro y san Pablo. Sus familiares llegan de diferentes regiones para pedir a los santos por los pescadores. Los moradores de varios puertos aseguran que quienes se niegan a asistir a esta fiesta, corren el riesgo de que se les aparezca una culebra. Es una celebración cargada de supersticiones. Los pescadores manabitas viven su fiesta. En diversas fechas, entre junio y octubre, los trabajadores del mar rinden tributo a sus patronos, san Pedro y san Pablo, apóstoles de Jesucristo.

Llegó el tiempo esperado; ya todo está listo. Las personas vinculadas a la actividad pesquera se preparan por varios meses para esta fiesta, que se celebra en diversas caletas manabitas. Los pescadores dejan sus lanchas acoderadas en el muelle pesquero de sus localidades para elevar una plegaria y festejar a san Pedro y san Pablo. Se despiden casi por 2 semanas del sonido que los arrulla por las noches, la melodía que les hace compañía en su trabajo: el reventar de las olas. Los marineros manabitas se refugian bajo los brazos protectores de Dios, en un acto de fe y agradecimiento participando en las fiestas de los santos apóstoles Pedro y Pablo junto a sus familiares y amigos.

En Manabí se practican diversas tradiciones alrededor de esta festividad, que es celebrada en algunos sectores como Picoazá, Crucita, Los Arenales, San Jacinto, San Clemente, Las Gilces, Portoviejo, Jaramijó, Manta, Montecristi, Chone, Sucre y Pedernales, entre otros. Aunque en el calendario cristiano se señala como día de fiesta a los apóstoles Pedro y

---

<sup>12</sup> <http://turismomanta.com/conoce-manta/arte-y-cultura/>

Pablo, el 29 y 30 de junio, en algunos de estos lugares mencionados las festividades las realizan en otras fechas.

La solemnidad de san Pedro y san Pablo es la conmemoración del martirio en Roma de los apóstoles Pedro y Pablo, cada 29 de junio. Es una de las mayores celebraciones religiosas para los cristianos católicos y ortodoxos. Tanto san Pedro y san Pablo tienen historias con el mar. Pedro, antes de iniciar su peregrinar en pos de su maestro, Jesucristo, era pescador y se llamaba Simón. Se dedicaba a la faena junto a su hermano Andrés.<sup>13</sup>

### **3.2. TURISMO**

*“Una actividad esencial de la vida de las naciones por sus consecuencias directas para los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de las sociedades nacionales y para sus relaciones internacionales”*(manila, 1980)<sup>14</sup>

El elemento fundamental del turismo es el poner en contacto directo al individuo con su medio natural, al mismo tiempo que es una fuente de empleos y desarrollo para la comunidad y habitantes donde se desarrolla esta actividad económica. La finalidad de la actividad turística es proporcionar la infraestructura, los medios y las facilidades para su cumplimiento tomando como plataforma para el logro de este objetivo los recursos y el personal nativo de la región donde se desea desarrollar esta actividad.(Quintana Males, 2013)

---

<sup>13</sup> <http://www.telegrafo.com.ec/de7en7/item/san-pedro-y-san-pablo-una-fiesta-religiosa-con-esencia-manaba-galeria.html>

<sup>14</sup>DECLARACIÓNDEMANILA.10deoctubrede1980[enlínea][citadoel23de mayodel2012]. Disponibleen: <http://turismo-sostenible.net/documentos/declaracion-de-manila-sobre-el-turismo-mundial/>

### **3.3. CLASIFICACIÓN DEL TURISMO COMO ACTIVIDAD ECONÓMICA**

**Sector primario:** dedicadas a la producción de bienes, como ser actividades agropecuarias, extractivas y de exploración. Disminuido de 40a 5% desde 1900.<sup>15</sup>(Holloway, 2001)

**Sector secundario:** dedicadas a la transformación de bienes, como ser industrias textil, automotriz, artesanía, etc. Disminuido de 30 a 15% desde 1900, con alza al 55% en década del 50-60.<sup>16</sup>

**Sector terciario:** dedicadas a la distribución de bienes y servicios, como ser comercio, transporte, turismo, etc. Crecimiento constante desde 1900 de 20a 30%.<sup>17</sup>

**Sector cuaternario:** dedicadas a la producción, acopio y distribución del conocimiento y de la información, como ser educación, investigación y desarrollo, consultorías, etc. Crecimiento fuerte en década del 60y un aumento del 10al 50% desde 1900.<sup>18</sup>

### **3.4. DEMANDA TURÍSTICA**

La cantidad de un artículo o servicio que un individuo desea comprar por un período determinado, es una función o depende, del precio de dicho servicio, de los ingresos monetarios de la persona, de los precios de otros servicios similares y de los gustos del individuo. (Quintana Males, 2013)

---

<sup>15</sup>HOLLOWAY, Christopher.(2001) La historia del turismo: desde sus orígenes hasta la era del vapor En: El negocio del turismo.Cap.2. 1994.México: Diana.p.35.

<sup>16</sup>Ibidemp.42.

<sup>17</sup>HOLLOWAY, Christopher.(2001) La historia del turismo: desde sus orígenes hasta la era del vapor En: El negocio del turismo.Cap.2. 1994.México: Diana.p.35.

<sup>18</sup>Ibidp.13.

### 3.4.1. Factores que determinan la demanda turística

La demanda en el mercado turístico funciona sometida al influjo de un conjunto de factores, a saber:

**Factores económicos:** que son principalmente, la liquidez del mercado emisor (el poder adquisitivo y la disponibilidad de dinero por parte de los clientes-usuarios), los niveles de precios que compiten entre sí alrededor de distintos puntos geográficos próximos, la estacionalidad en los países o lugares receptores de turistas.

**Factores relativos a las unidades demandantes:** los cambios de estación y su relación con los sistemas de vacaciones en los países-mercado demandantes, los intereses cambiantes de los públicos y las personas; la percepción que los públicos tienen respecto del valor atractivo de determinadas zonas o puntos geográficos.

**Factores aleatorios:** tales como los conflictos, inestabilidades sociales y guerras, los accidentes y catástrofes naturales y el impacto que estos eventos tienen en los medios de comunicación y en la percepción de seguridad de los potenciales públicos demandantes.

**Factores relativos a los sistemas de comercialización:** calidad y extensión de los esfuerzos y productos de comercialización; amplitud y focalización de las estrategias de marketing; diversidad de los actores que realizan marketing turístico alrededor de determinados productos y lugares geográficos.

### 3.5. OFERTA TURÍSTICA

Denominamos oferta turística al conjunto de productos y servicios que en una u otra forma se han asociado a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico

que es puesto a disposición de los públicos en un mercado competitivo.

### **3.5.1. La oferta turística está integrada por ocho partes muy importantes**

#### **Atractivo Turístico:**

*“Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico. El turismo sólo tiene lugar si existen ciertas atracciones que motiven al viajero a abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él. Respecto a la actividad turística, guardan la misma relación que los llamados recursos naturales hacia otras actividades productivas: nada valen sobre el mercado si no son puestos en valor y explotados, y como lo naturales, hay casos en que los atractivos turísticos son perecederos y no renovables”<sup>19</sup>*

---

<sup>19</sup>AULASVIRTUALES Aulas de turismo [en línea] [Citado el 12 de junio del 2012]. Disponible en: <http://aulasvirtuales.wordpress.com/aula-de-turismo/>

## **CAPÍTULO IV**

### **4.1. MÉTODOLÓGÍA**

Durante el desarrollo de la presente investigación se utilizó el método investigativo el mismo que se realizó en base de encuestas, las mismas que fueron dirigidas a los administradores y propietarios de los bares, restaurantes y hoteles, quienes respondieron respecto al tema objeto de la presente investigación.

La técnica que se utilizó en la presente investigación fue la encuesta, al igual que la entrevista como complemento a la información bibliográfica consultada. Una vez determinado el objeto de estudio y la población muestra para la investigación, se realizará la tabulación de datos en el programa Microsoft Excel, y la parte cualitativa se efectuará a través del método de contraste teórico y la argumentación sustentada.

### **4.2. TÉCNICAS**

Como ya se ha mencionado, durante esta investigación, el uso y aplicación de encuestas y entrevistas permitieron obtener datos, mismos que se le realizó un análisis a estas respuestas de los administradores y propietarios de centros turísticos y hoteleros, lo cual permitió fundamentar el presente trabajo de la tesis.

### **4.3. UNIVERSO**

- ✓ Sector hotelero de Manta
- ✓ Sector turístico y gastronómico de Manta

#### 4.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

La presente investigación se llevó a cabo en el sector hotelero de la ciudad de Manta y en los restaurantes ubicados en la playa de el murciélago de la ciudad de Manta, para determinar el número muestras a encuestar se aplicó la fórmula del muestreo que se describe a continuación:

- ✓ Hoteles de Manta (registrados)
- ✓ Restaurantes de las playas más concurridas de la ciudad.

**Formula:**

$$\frac{K^2 N p q}{e^2 (N-1) + k^2 p q}$$

**Dónde:**

N= tamaño de la población o universo = 61 hoteles y 61 restaurantes turísticos de las playas más concurridas de la ciudad.

K= nivel de confianza 95.5% (1,96)

E= error muestra 5%

P= 0,5

q= 0,5

$$\frac{K^2 N p q}{e^2 (N-1) + k^2 p q}$$

$$\frac{(0,955)^2 * 61 (0,5) (0,5)}{(0,05)^2 (61-1) + (0,955)^2 (0,5) (0,5)}$$

$$\frac{0,91 * 61 (0,25)}{0,0025 (60) + (0,22)}$$

$$\frac{13,87}{(0,15) + (0,22)}$$



$\frac{13,87}{0,37} = 37$  encuestas a hoteles y 37 encuestas a los locales comerciales

Realizado el respectivo cálculo realizado tenemos que la muestra es de 37 y 37, por lo que haciendo sacando una media deberíamos encuestar a 37 personas entre hoteles y restaurantes.

#### **4.5. RECURSOS**

##### **4.5.1. RECURSOS HUMANOS**

- ✓ Administradores de hoteles, bares y restaurantes turísticos.
- ✓ Director de Tesis.
- ✓ Tribunal designado.
- ✓ Egresado

##### **4.5.2. RECURSOS INSTITUCIONALES**

- ✓ Universidad laica “Eloy Alfaro de Manabí” (ULEAM).
- ✓ Biblioteca.
- ✓ Área virtual ULEAM

#### **4.6. HIPÓTESIS**

Si la ciudad de Manta contara con una revista informativa digital, sus turistas contarán con una mejor difusión de la información sobre la ciudad que vienen a visitar.

#### **4.7. ENCUESTA**

1. Considera usted que su negocio contribuye al desarrollo local en el aspecto?
  - Turístico
  - Gastronómico
  - Cultural
  - Socioeconómico
  
2. Considera usted que los locales turísticos son de gran importancia y aporte para contribuir al desarrollo de la ciudad?
  - Si
  - No
  
3. Considera Usted que el sector turístico de la ciudad cuenta con la difusión debida para fomentar la afluencia de visitantes locales, nacionales e internacionales?
  - Si
  - No
  - A veces
  
4. Ha realizado usted difusión y publicación de su establecimiento turístico y los servicios ofertados?
  - Si
  - No
  - A veces
  
5. Conoce usted a través de qué medios publicitarios hace difusión el municipio local para contribuir con el sector turístico?
  - Radio
  - Televisión
  - Periódico municipal

6. Que medios de comunicación utilizaría usted para hacer promoción y publicidad de su establecimiento turístico?

- Radio
- Televisión
- Periódicos
- Volantes
- Páginas web

7. Cree usted que es necesaria el desarrollo de una revista virtual donde se difundan los atractivos turísticos de la ciudad (playas, gastronomía, cultura)?

- Si
- No
- Tal vez

8. A quienes cree usted que beneficiaría una página virtual donde se difundan los atractivos turísticos y gastronómicos de la ciudad?

- Empresas turísticas locales
- turistas
- Municipio
- Otros

9. Estaría de acuerdo en que se publique una revista exclusiva del sector turístico de la ciudad por medios virtuales?

- Si
- No

10. Estaría dispuesto a publicitar en una revista virtual para que su local tenga incremento de turistas atraídos por la oferta de su local?

- Si
- No
- Tal vez

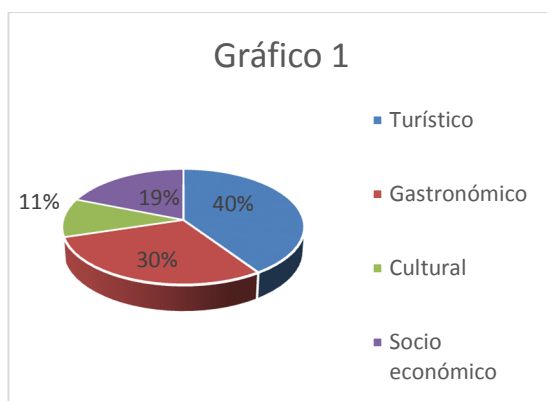
## CAPÍTULO V

### 5.1. RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados obtenidos de las encuestas realizadas durante la presente investigación, la misma que se realizó en el sector turístico de la ciudad de Manta.

1. Considera usted que su local contribuye al desarrollo local en el aspecto?

- Turístico
- Gastronómico
- Cultural
- Socioeconómico



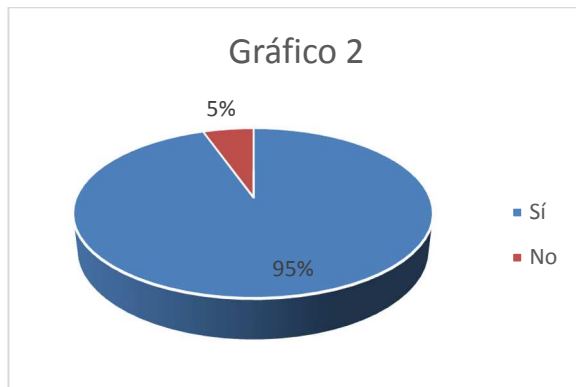
Turístico	15
Gastronómico	11
Cultural	4
Socio económico	7

En la encuesta que realizamos se consultó tanto a los administradores de los hoteles como a los de restaurantes ubicados en la zona costera sobre a cuál de los aspectos consideran ellos que contribuyen cada uno de estos a fin de evaluar la incidencia que generan estos no sólo en lo privado y en los turistas sino para el desarrollo local.

Es así que el 40% de los encuestados consideran que contribuyen al sector turístico, mientras que el 30% indicaron que contribuyen a la gastronomía ya que existen platos típicos que son atractivo turístico, el 11% indicaron que contribuyen en lo cultural debido a que se destaca en la ciudad las costumbres y detalles propios de la cultura manteña y de sus pobladores en la actualidad y por último el 19% indicaron que contribuyen en lo socio económico por el desarrollo personal que se genera.

2. Considera usted que los locales turísticos son de gran importancia y aporte para contribuir al desarrollo de la ciudad?

- Si
- No



**TABLA 2**

Sí	35
No	2

Dentro de la encuesta también se consultó si la percepción de los administradores de los negocios turísticos considera que estos aportan no solo al desarrollo de sus propietarios sino también al desarrollo local ya que de una buena imagen así como también de la atención prestada depende en gran parte que los turistas queden satisfechos y sean transmisores hacia otras personas que quieran visitar la ciudad, los cuales recibirán referencias de estos.

De esto, el 95% de los encuestados indicaron que sí contribuyen al desarrollo local ya que son ellos quienes se esmeran por entregar el mejor reflejo a fin de atraer clientes y que estos regresen, a pesar que falta mayor promoción, ellos contribuyen en gran parte a estos. Por otro lado apenas el 5% indicó que consideran que a pesar del gran esfuerzo que ellos realizan para atraer los clientes, consideran que falta mucho para el desarrollo local y que a esto se deben sumar otros factores que contribuyen a la ciudad. Indicaron que ellos ponen lo mejor de sí pero falta mucho por hacer a fin de empezar a contribuir.

3. Considera Usted que el sector turístico de la ciudad cuenta con la difusión debida para fomentar la afluencia de visitantes locales, nacionales e internacionales?

- Si
- No
- A veces

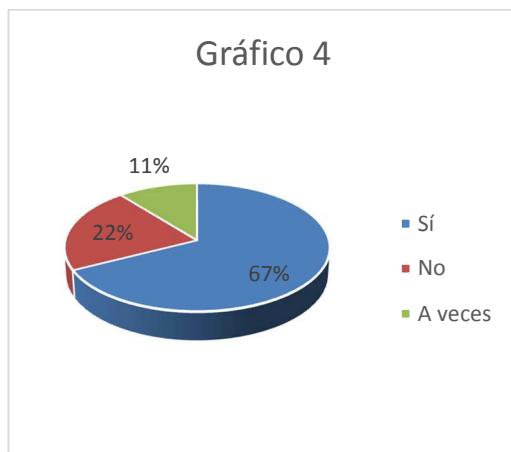


La difusión por parte de entes locales, regionales y nacionales con el fin de incentivar la visita de turistas a la ciudad es importante, es por esto que se incluyó esta pregunta en la encuesta ya que la difusión turística que ellos hagan cuando llegan estos a sus negocios va de la mano con la difusión por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado así como por el Ministerio de Turismo, cada quien mostró su perspectiva de la situación que este sector tiene obteniendo como respuestas tres opciones que se desarrollan en el párrafo que continúa.

Del total de los encuestados el 13% de los mismos indicaron que Sí existe difusión turística a través de diversos medios tales como propagandas radiales, televisivas y en ciertas ocasiones en el periódico así como de redes sociales donde se difunden fotos, por otro lado 76% indicaron que No existe la debida difusión, de tal manera que esta es en ciertas ocasiones una limitación, y por último algunas personas indicaron que a veces existe la debida difusión y en otros casos no, estos corresponden al 11% del total de los encuestados.

4. Ha realizado usted difusión y publicación de su establecimiento turístico y los servicios ofertados?

- Si
- No
- A veces



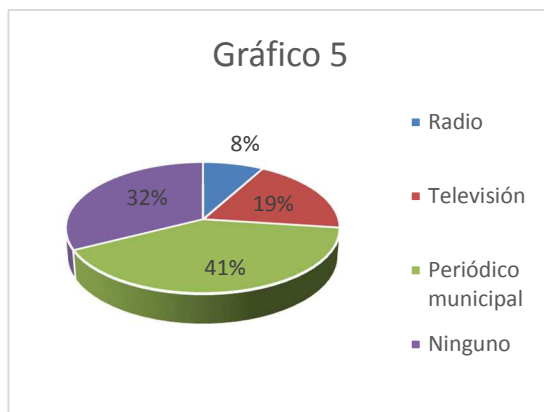
Sí	25
No	8
A veces	4

En vista de los resultados anteriores se consultó a estas personas si en algún momento ellos han realizado algún tipo de difusión o han realizado alguna publicación utilizando medios de comunicación para el efecto y de qué manera les fue para de esta manera poder medir la eficiencia de publicitar sobre los servicios ofertados al sector turístico.

Ante esta pregunta se tuvieron respuestas que indicaron que el 67% de las personas encuestadas indicaron que ellos sí han realizado publicidad y que resulta una buena estrategia ya que a través de los medios de comunicación los turistas pueden conocer lugares y productos, mientras tanto el 22% de los encuestados indicaron que ellos no han utilizado medios de comunicación para realizar publicidad ya que su negocio no tiene buenos réditos por la escasa afluencia de turistas a estos, por último el 11% de los encuestados indicaron que ellos lo hacen a veces.

5. Conoce usted a través de qué medios publicitarios hace difusión el municipio local para contribuir con el sector turístico?

- Radio
- Televisión
- Periódico municipal
- Ninguno



<b>TABLA 5</b>	
Radio	3
Televisión	7
Periódico municipal	15
Ninguno	12

Con el indicio que el municipio local hace difusión de las bondades turísticas del cantón, incluimos en la encuesta si ellos conocen a través de qué medios de comunicación realizan la misma ya que tenemos el antecedente que existe un periódico municipal con ediciones limitadas y varios medios de comunicación locales y provinciales que incluyen prensa escrita, radio, televisión y continuamente se reparten volantes a lo largo de la ciudad con información de eventos a realizarse en sectores turísticos bien sea por temporada o no.

Ante esto tenemos que el 8% de los encuestados indicaron que la realizan a través de la radio, mientras que el 19% indicaron que la realizan a través de cuñas en la televisión, el 41% indicaron que se realiza a través del periódico municipal pero que este no llega a toda la población y solo se distribuye a nivel local, y por último tenemos que el 32% de los encuestados indicaron que no lo hacen a través de ningún medio de comunicación, es decir que no hacen ninguna promoción del sector turístico y sus bondades.



6. Que medios de comunicación utilizaría usted para hacer promoción y publicidad de su establecimiento turístico?

- Radio
- Televisión
- Periódicos
- Volantes
- Páginas web

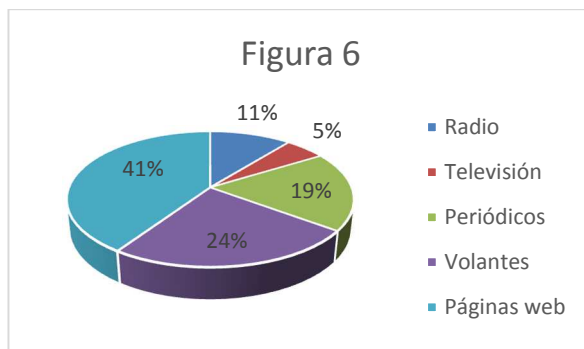


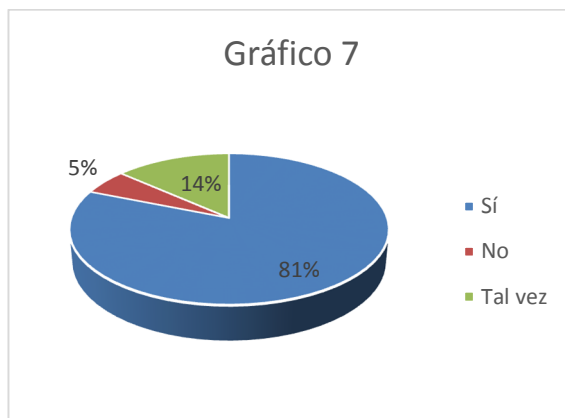
TABLA 6	
Radio	4
Televisión	2
Periódicos	7
Volantes	9
Páginas web	15

Es la intención de los dueños de hoteles y restaurantes turísticos realizar una mejor publicidad y con ello un incremento notorio en la cantidad de turistas que visiten sus negocios, por lo que se hizo necesario consultarles a ellos si harían publicidad de sus productos y servicios que ofertan a través de qué medios lo harían. Con esto pudimos realizar un primer sondeo para determinar si es factible el desarrollo e implementación de una revista digital que se publique en la web con sitios turísticos de interés.

Con estas preguntas tuvimos respuestas que indican que el 11% de los encuestados indicaron que utilizarían la radio para realizar su publicidad, mientras que el 5% se inclinó por la televisión, por otro lado el 19% indicaron que la realizarían a través de periódicos no solo locales sino también nacionales, el 24% indicaron que consideran que es una buena opción la utilización de volantes y por último el 41% de los encuestados indicaron que es una buena opción además de competitiva utilizar páginas web.

7. Cree usted que es necesaria el desarrollo de una revista virtual donde se difundan los atractivos turísticos de la ciudad (playas, gastronomía, cultura)?

- Si
- No
- Tal vez



Sí	30
No	2
Tal vez	5

Con los antecedentes observados tanto en preguntas anteriores como en la investigación propiamente dicha y aplicada en campo tuvimos que antes el surgimiento de la necesidad de publicidad y con los antecedentes de la pregunta anterior es necesario potencializar el uso de nuestros recursos tanto de las playas, como la gastronomía y su cultura, así como otros datos, conocemos que los administradores de negocios turísticos están dispuestos a publicar pero sería necesario consultarles si esta necesidad estaba complementada con publicaciones en una revista virtual.

Entonces tuvimos que el 81% de las personas encuestadas indicaron que sí consideran que es necesaria y contribuiría en gran manera una revista digital, mientras que el 5% de estas personas indicaron que no consideran ya que se debe publicar en los medios impresos, y por último, el 14% de los encuestados indicaron que tal vez sería una solución para esta debilidad del sector turístico ya que la información es importante.

8. A quienes cree usted que beneficiaría una página virtual donde se difundan los atractivos turísticos y gastronómicos de la ciudad?

- Empresas turísticas locales
- turistas
- Municipio
- Otros

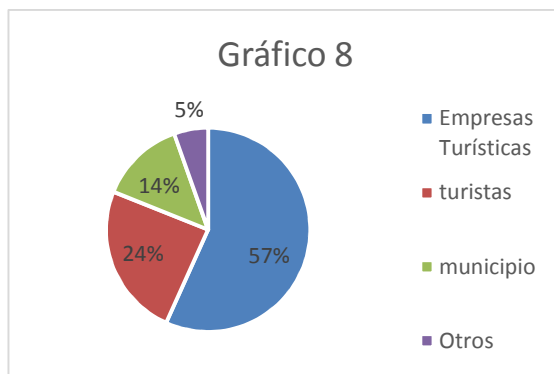


TABLA 8	
Empresas Turísticas	21
turistas	9
municipio	5
Otros	2

Una vez desarrollada e implementada la revista digital como medio para difundir las bondades, productos y servicios que ofertan los negocios turísticos de la ciudad surgió la necesidad de preguntar a qué sector beneficiaría esta revista ya que el turismo genera fuentes de ingresos tanto directos como indirectos tanto para el sector privado como para el sector público. Todo esto se resumió en esta pregunta ya que son los mismos propietarios de los negocios quienes conocen el sector y los beneficios que se generan de estos.

Con lo anteriormente indicado tuvimos que el 57% de los encuestados coinciden en que una revista digital que difunda las bondades turísticas sería de gran ayuda para los negocios y empresas turísticas, mientras que el 24% de ellos indicaron que beneficiaría a los turistas ya que ellos podrían tener información actualizada a la mano en esta era digital a la que casi todos tenemos acceso, por otro lado el 14% indicaron que beneficiaría al municipio por el gran aporte que realizaría al difundir información del cantón, y por último el 5% consideran que beneficiaría a otro sector, como los informales, guías ocasionales, etc.

9. Estaría de acuerdo en que se publique una revista exclusiva del sector turístico de la ciudad por medios virtuales?

- Si
- No



TABLA 9

Sí	37
No	0

Una revista digital que sea difundida a través de medios virtuales podría ser un punto de referencia para turistas tanto nacionales como internacionales y porque no decir que también para habitantes de este cantón quienes a menudo buscan nuevas alternativas de distracción y sobre todo que se encuentre en las cercanías de sus hogares pero muchas veces aun siendo habitantes propios del cantón no saben información actualizada de eventos a desarrollarse en el cantón, es por esto que se consultó a los vinculados si consideran y están de acuerdo en que se publique una revista virtual en la ciudad.

Ante esto tuvimos que el 100% de los encuestados manifestaron y coinciden en que sí están de acuerdo porque más que una idea, es una necesidad que se convierte a su vez en una posibilidad para el desarrollo de estos negocios que en los últimos años han entrado en auge y que esto sería la oportunidad esperada por todos para promocionar sus negocios y los productos y servicios que ellos difunden.

10. Estaría dispuesto a publicitar en una revista virtual para que su local tenga incremento de turistas atraídos por la oferta de su local?

- Si
- No
- Tal vez



TABLA 10

Sí	35
No	0
Tal vez	2

Para determinar si es factible o no el desarrollo e implementación de una revista digital, les consultamos a los administradores de los negocios turísticos como hoteles y restaurantes si estarían dispuestos a publicitar en una revista digital que impulse y potencialice las bondades de la ciudad así como los productos que ofrecen y no solo eso sino que una aplicación que se actualice a diario donde se muestren las promociones, tours, menús, precios, etc.

Con la pregunta en mención se obtuvo que el 95% de los encuestados indicaron que Sí publicarían ya que sería de gran ayuda tanto individual como colectiva, de los encuestados manifestó una negativa ante esta idea y por último, el 5% de los encuestados manifestaron que talves publicarían dependiendo del tipo de revista, de la relación costo-utilidad y del contenido que esta refleje desde que es una perspectiva hasta que esta se convierte en realidad.

## **CONCLUSIONES**

- ✓ Con la presente investigación aplicada al sector turístico hemos podido notar que una revista informativa es indispensable en este sector ya que cuando se han publicado segmentos turísticos, estos han tenido los resultados deseados en la difusión de la información a los visitantes a nuestra ciudad.
- ✓ Queda determinada la factibilidad de este medio digital en la difusión de la información a los turistas ya que servirá para que estos tengan una mejor organización y sepan a qué lugares van a acudir.
- ✓ Desarrollando una revista virtual se podrá fomentar el turismo en la ciudad y hacer promoción de los hoteles, restaurantes, etc.
- ✓ Evaluada la necesidad de desarrollar una revista virtual informativa para fomentar el turismo en Manta, nos indica que es necesaria, factible y aplicable a nuestro medio.

## RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda seguir investigando y monitoreando los resultados obtenidos en la difusión de la información a los visitantes a nuestra ciudad a través de la revista virtual.
- ✓ Se recomienda la aplicación de esta revista ya que se ha determinado que la misma es factible y además contribuirá con la difusión de la información a los turistas y demás interesados en venir a conocer nuestra ciudad.
- ✓ Fomentar a través de medios digitales las bondades turísticas de la ciudad ya que servirá como una aplicación tanto para los turistas como para los operadores turísticos de otras ciudades e incluso de otros países.
- ✓ Es necesario desarrollar una revista virtual informativa para fomentar el turismo en Manta ya que su evaluación ha demostrado que es necesaria su implementación.



## Formación académica

- 2008** Bachiller en Informática  
Colegio Dr. Eugenio Espejo  
Técnico en Comercio y Administración.
- 2008-2012** Egresado en Publicidad y Marketing  
Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí
- 2013 -2014** Chofer profesional

## Otros datos

**Idiomas** Inglés: Nivel medio.  
**Informática** Manejo de paquete de office/Windows  
**Programa.** Adobe Creative Suite  
(Photoshop, Illustrator)

### Otros cursos:

- Estrategias de Marketing**  
(ULEAM) agosto 2009
- Posicionamiento de marca**  
(ULEAM) agosto de 2010
- Taller internacional de Periodismo**  
(EDIASA) septiembre 2012
- Proyectos de Diseño con Adobe**  
(AULACREATIVIDAD) septiembre 2012

### Pasantías:

Municipio de Manta, (Dpto. de Comunicación, Área de Publicidad y Diseño Gráfico)

Museo Centro Cultural Manta (Área Centro Documental y Tienda de venta de libros y Suvenir

### Trabajos particulares

Servicios sub-marinísticos Varela.

Mantenimiento e instalación de software.

Trabajos de computación y venta de celulares.

Supervisor de Productos Terminados (MAREROCE S.A.)

Vendedor independiente OMNII IEF

### Recomendaciones:

-Lic. Eva Moreta Delgado. 0992312366

-Lic. Carmen Menéndez Z. 0998830844

-Ing. Pablo Velázquez 2625 - 462



# ANEXOS

## FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1.0



Afluencia turística en Manta, tanto nacional como extranjera

Fotografía 2.0



Vista de una de las playas de la ciudad "El Murciélago"

**Fotografía 3.0**



**Kate Surfing practicado en las playas rurales de la ciudad**

**Fotografía 4.0**



**Deportes practicados en la playa de "Santa Marianita", gran atractivo turístico de la ciudad**



Fotografía 5.0



Encuesta a propietarios de locales de comida en la playa de "El Murcielago"

Fotografía 6.0



Encuesta a propietarios de locales de comida en la playa de "El Murcielago"

Fotografía 7.0



Encuesta a turistas locales que consumen la gastronomía de la ciudad

Fotografía 8.0



Encuesta a turistas locales que consumen la gastronomía de la ciudad

## Bibliografía

- ✓ Bond, F. (1988). *Redacción Periodística*. s/f: Redacción periodística.
- ✓ Borja Garzón, P. E. (2010). *Diseño e implementación del centro multimedia virtual en la escuela de comunicación social de la pontificia Universidad Católica del Ecuador, sede Ibarra*. Ibarra: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- ✓ CARGUREVICH, J. (2000). *Los géneros periodísticos*. s/f: Quipus-Ciespal.
- ✓ Guijarro, J. M. (2003). *Técnico en Publicidad*. Madrid-España: Cultural S.A.
- ✓ Holloway, C. (2001). *La historia del turismo: desde sus orígenes hasta la era del vapor En: El negocio del turismo*. México: Diana.
- ✓ Judith, G. (2001). *Medios Organizacionales Sociales y Producción de Realidad*. Córdoba-Argentina: Cecopal.
- ✓ La linde Posada, A. (1997). *Tiempo para el diseño y la diagramación*. Quito: OCIC-AL, UCLAP ONDA-AL.
- ✓ manila, d. d. (10 de Octubre de 1980). *Declaración de manila*. Recuperado el 20 de abril de 2015, de <http://turismo-sostenible.net/documentos/declaracion-de-manila-sobre-el-turismo-mundial/>
- ✓ Morales, P. (2004). *"Elaboración de una revista institucional de la municipalidad del cantón Biblián"*. Cuenca: Universidad Politécnica Salesiana.
- ✓ Paredes Calderón, B. A. (2009). *Diseño y aplicación de una .* Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- ✓ Pérez Marco, S. (2003). *EL CONCEPTO DE HIPERTEXTO EN EL PERIODISMO DIGITAL: ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DEL HIPERTEXTO EN LA ESTRUCTURACIÓN DE LAS NOTICIAS DE LAS EDICIONES DIGITALES DE TRES PERIÓDICOS ESPAÑOLES*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- ✓ Quintana Males, M. E. (2013). *Creación de una revista informativa turística para la parroquia La Merced*. Quito: Universidad Central del Ecuador.



# MANO A

imán en el Pacífico













Costa ecuatoriana dueña de una envidiable  
belleza natural, que complementada con la in-

versión privada, contribuyen a que esta ciudad-puerto conste dentro de los destinos turísticos preferidos, a nivel nacional e internacional.

Y es que Manta tiene una característica especial, puesto que es turística durante todo el año, ya que en sus dos estaciones que son la seca y lluviosa, se muestra totalmente acogedora, con un clima subtropical que hace que sus playas sean el atractivo más atrayente para quienes gustan de un refrescante baño soleado. El Murciélago, Tarquí, Los Esteros, Barbasquillo, San Lorenzo, Santa Marianita, Ligüique, La Tiñosa, son algunas de las playas urbanas y rurales más visitadas y escenario de eventos multitudinarios.

En diciembre del 2011, Manta fue sede de los II Juegos Suramericanos de Playa, y durante doce días delegaciones de una decena de países se mostraron encantados de lo acogedor del puerto y de su gente amigable, su gastronomía. Igual opinión tienen los miles de turistas que llegan en temporadas vacacionales, en los cruceros, en otros casos para asistir a eventos científicos, rueda de negocios, presentaciones de espectáculos o cualquier otro motivo.

En Carnaval y en las celebraciones de las fiestas del Comercio, los días 23 y 24 de octubre y el 4 de noviembre, día de aniversario cantonal, que coincide con el asueto nacional por el 2 de noviembre, día de los difuntos, también Manta recibe miles de visitantes que copan la capacidad de hospedaje. Conciertos públicos de afamados artistas, eventos deportivos, festivales bailables, elecciones de reinas atraen la atención de propios y extraños, quienes disfrutan sin preocupaciones, bajo la vigilancia de personal policial encargado de velar por la paz ciudadana.

Esta suerte de preferencia turística de Manta, favorece a muchos sectores entre estos el de hospedaje, alimentación, transporte, centros de diversión, comercio, entre otros, cuyos representantes destacan el desarrollo que la ciudad ha logrado en este sentido, lo cual la hace más atractiva a la inversión local y foránea, que se asienta cada vez más en este destino de progreso en América del Sur.









# Perfil turístico de Manta

**Ubicada** en el continente Americano, en el Pacífico Sur, a 00 grados 55 minutos y 35 segundos de latitud Sur y a 80 grados 43 minutos y 02 segundos de longitud oeste, Manta posee una extensión territorial de 306 kilómetros cuadrados, con una altitud de 5 metros sobre el nivel del mar.

Con un relieve muy irregular, Manta tiene montañas como la de Pacoche, El Aromo y San Lorenzo, que alcanzan unos 200 metros sobre el nivel del mar, de aquí se originan ríos con los mismos nombres, a los que se suman, Piñas, Cañas, Ligüique y Manta, que durante el verano se secan.

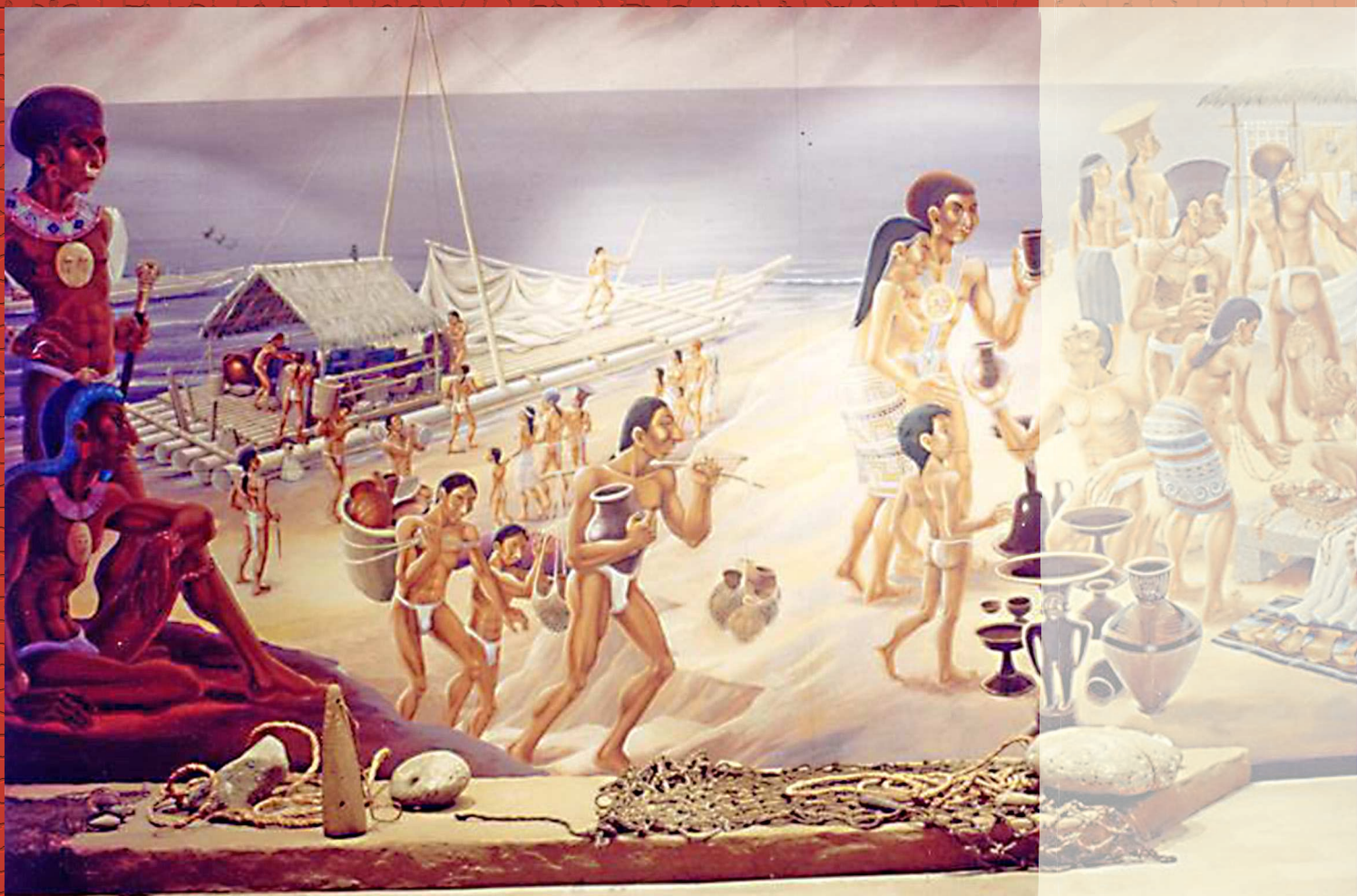
La costa marítima tiene altos acantilados, entradas y salientes que forman las ensenadas de Santa Rosa, Las Piñas, Ligüique y San Mateo.

El clima se caracteriza por ser subtropical seco; la temperatura promedio es de 26°C y varía de acuerdo a la estación. Su población alcanza los 226. 477 mil habitantes sin contar a la flotante. Tiene una tasa de crecimiento de 3.4 sobre la media nacional.



# Manta

## Pre-Colombino



**En** la antigüedad su primer nombre fue Docoa y siglos más tarde anterior a la conquista española, se llamó Jocay; con la llegada de los conquistadores, estos le denominaron Manta y según lo narrado por los cronistas de indias, era la quinta población de importancia en la América Prehispánica.

Jocay tenía 10 km de longitud por 2 km de ancho, es un nombre de origen Maya, era la capital de la Confederación Manteña y antes de la llegada de los españoles a estas tierras del “Reino de Quito” o de la Confederación Quiteña, se extendía a lo largo de toda la costa ecuatoriana y más allá de sus fronteras, tanto de Norte como al Sur del continente sudamericano, que en la época precolombina comprendía parte del Tahuantisuyo.

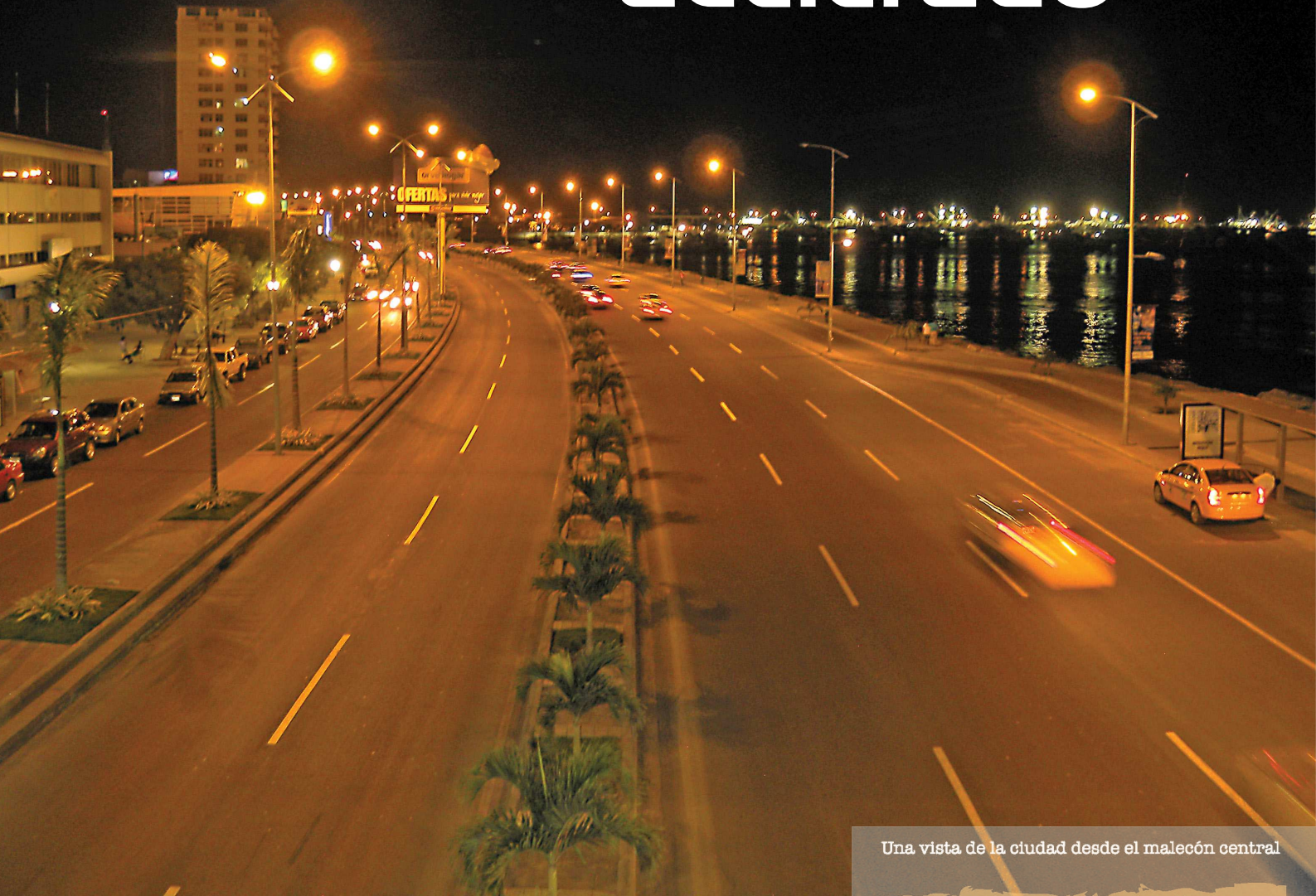








# Ciudad de progreso acelerado



Una vista de la ciudad desde el malecón central

**Manta** siempre ha dirigido su mirada hacia días mejores y en ello ha incidido en gran medida, la visión de su gente de trabajo, que desde diversos espacios ha impulsado el desarrollo, que hoy hace que el puerto manabita muestre un progreso evidente, que es valorado por sus habitantes y admirado por quienes llegan de visita.

Desde hace unos 17 años atrás, desde el Gobierno local se empezó una transformación de ciudad; el desarrollo de vías que faciliten la conectividad ha sido importante y en ello también ha habido la participación del Gobierno Central. La regeneración urbana ha permitido contar con espacios recreativos de gran atractivo y áreas verdes, que son muy bien aprovechados por niños, niñas y adultos, en especial quienes llegan por vacaciones.

La apertura de espacios de arte y cultura, ha permitido que se realicen festivales internacionales de teatro, danza, cuentos, poesía, música.

La inversión privada, en áreas de la industria, especialmente relacionada con la pesca, comercio, turismo, bienes raíces, educativa y otras, ha complementado el accionar público, impulsando en mayor medida el crecimiento de esta ciudad, que no se detiene.



El parque Central Eloy Alfaro es uno de los más concurridos lugares de recreación de grandes y chicos





# Palacio Municipal antiguo y moderno



**El** primer Palacio Municipal destaca entre las edificaciones históricas, como la más significativa dentro de las corrientes estilistas venidas al país y fue construida en 1920, con una serie de elementos decorativos muy atractivos. Aquí funcionó por primera vez el Municipio de San Pablo de Manta, en la avenida 1 y calle 11. Fue declarada como patrimonio histórico, mediante acuerdo ministerial N.- 594 firmado por el ministro de Educación y Cultura, Roberto Hanze y publicado en el registro oficial N.- 48 del 31 de marzo del 2000. Al momento sus propietarios desarrollan un proyecto de reconstrucción.

## Gobierno cantonal actual

La casa del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Manta, como se lo denomina oficialmente ahora, se localiza entre las avenidas 2 y 4 y las calles 8 y 9, en pleno corazón de la ciudad, y en su parte frontal está la Plaza Municipal, que es lugar de permanentes eventos cívicos y culturales, de los cuales participa la comunidad en general.







Urbanas y rurales

# Variedad de hermosas playas para elegir

Los Esteros, Tarqui, Murciélago, Barbasquillo, Piedra Larga, San Mateo, La Tiñosa, Santa Marianita, Ligüique, La Resbalosa, Las Piñas, Santa Rosa, San Lorenzo, son las hermosas playas con las que cuenta Manta, y que se extienden de Norte a Sur, desde la zona urbana a la rural.







En una agradable caminata se recorre fácilmente las playas urbanas y en vehículo máximo en una hora se llega hasta la más distante en la zona rural.



# Murciélago

Con 2.8 Km aproximadamente esta playa urbana de enorme atractivo limita al Norte con el muelle de aguas profundas del Puerto de Manta y hacia el Sur la bordean acantilados donde se levantan edificaciones tanto de vivienda como hoteles, lo que facilita el desplazamiento del turista de la playa al lugar de alojamiento. En el sector se encuentra el Malecón Escénico, compuesto de restaurantes y negocios de artículos artesanales.

La práctica de deportes extremos como surf, tabla vela, sky, buceo, bodyboard y pesca deportiva se dan frente a esta playa y en su arena también se juega fútbol, voleibol, balonmano, entre otros.





# Tarqui

Con una extensión de 1.7 km y una altura de 0-2 metros sobre el nivel del mar, esta playa está al pie de la vía Puerto-Aeropuerto, ofreciendo una hermosa vista que atrae a propios y extraños, además existe una gran oferta gastronómica en restaurantes ubicados en Playita Mía, Parque del Marisco, Asociación Buenos Amigos, además de otros lugares que están más cerca al sector hotelero.





# Los Esteros

Localizada a continuación de la playa de Tarqui, este balneario tiene 1.2 Km es muy propicia para la práctica de deportes como fútbol playero, vóley de playa, pesca deportiva, además aquí se ubica el astillero que despierta la curiosidad de los visitantes para conocer de la construcción de grandes embarcaciones marinas de madera.





# Barbasquillo

A 0-5 m sobre el nivel del mar, está 0.7 km de playa, preferida por quienes gustan de caminar en la mañana o tarde, puesto que en la orilla hay dispersión rocosa.



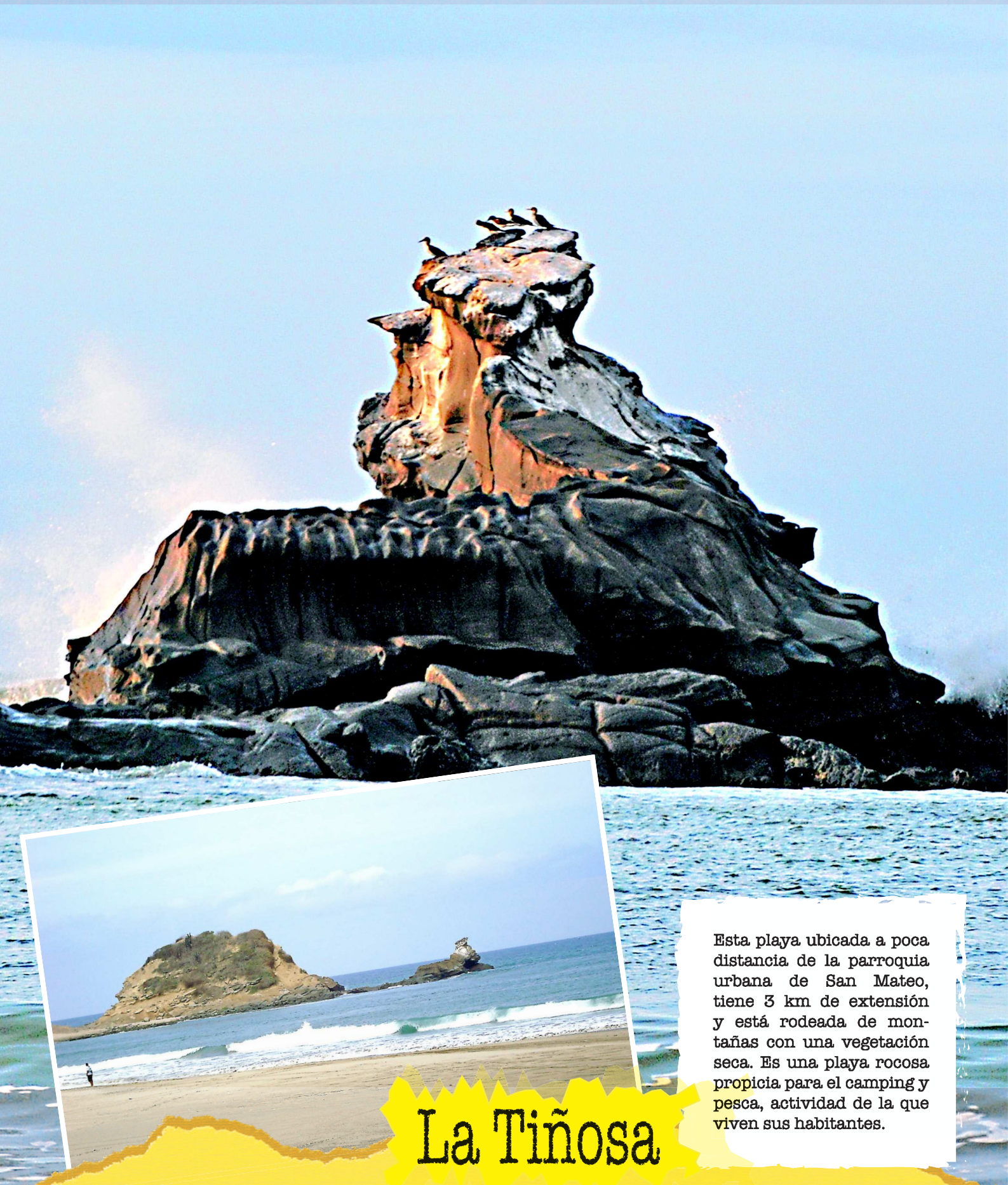




## Piedra Larga

Con 1.2 Km aproximadamente de playa y una altura de 0-3 metros sobre el nivel del mar, con un horizonte marino despejado, esta área turística está ocupada por algunos bares y restaurantes con vista al mar, por ello es muy visitada por grupos familiares o de amigos en el día y en la noche.





Esta playa ubicada a poca distancia de la parroquia urbana de San Mateo, tiene 3 km de extensión y está rodeada de montañas con una vegetación seca. Es una playa rocosa propicia para el camping y pesca, actividad de la que viven sus habitantes.

# La Tiñosa



# OCEANO PACIFICO



## DISTANCIA TERRESTRE (Km) FROM MANTA TO:

San Clemente	45	Puerto Cayo	65
Jaramijó	8	Machalilla	80
Portoviejo	35	Los Frailes	85
San Mateo	7	Puerto Lopez	93
El Aromo	17	Montañita	25
San Lorenzo	27	Montecristi	14

## DATOS DE LA CIUDAD

### GENERAL INFORMATION

Altitud promedio/Altitude	<b>6 msnm</b>
Temperatura media	<b>24°C - 30°C</b>
Average temperature	<b>75°F - 79°F</b>
Superficie / Surface	<b>306Km<sup>2</sup></b>
Población / Population	<b>280.000</b>
Moneda / Currency	<b>US Dollar</b>

## SIMBOLOGÍA

	Playa		Alojamiento
	Iglesia		Restaurante
	Museo		Comida rápida
	Correo		Bar o Discoteca
	Compras		Información
	Artesanías		Gasolinera
	Parques		Banco o cajero
	Hospital		Buses



## CONTACTOS TELEFÓNICOS

DIRECCION MUNICIPAL DE TURISMO (593-5) **2610171**  
turismo@manta.gob.ec i-tur@manta.gob.ec

MINISTERIO DE TURISMO 2622944

CÁMARA DE TURISMO 2620478

AEROPUERTO 2380839 - 2380693

POLICIA NACIONAL 101 - 2920900 - 2923801

CUERPO DE BOMBEROS 102 - 2621111

CAPITANÍA DEL PUERTO 2620760 - 2621611

CRUZ ROJA 2624212 - 2624075

HOSPITAL RODRIGUEZ ZAMBRANO 2625610 - 2611849







Puerto de Manta



Parque Central



Playita Mía



El Astillero



Gobierno Municipal de Manta



Parque del Marisco



**iTur** Dirección Municipal de Turismo - MANTA



Las Cumbres



Circunvalación





## San Lorenzo

Es una playa rural con una extensión aproximada de 3 km, a la que se llega por la vía Spondylus por la Ruta del Sol. Se ubica a una distancia de 28 km desde Manta, goza de gran aceptación entre quienes gustan los deportes acuáticos.







# Santa Rosa

Se encuentra a 10 km al Sur de la parroquia San Lorenzo. Se puede llegar a ella a través de la vía Spóndylus por la Ruta del Sol, desde Manta a una distancia de 30 km. Los visitantes pueden vivir momentos de relax en esta playa muy tranquila.







# San Mateo

A una altura de 0.10 metros se encuentra este balneario urbano, cuyos habitantes se dedican a la pesca, actividad que ahora realizan en mejores condiciones desde que en el año 2012 se inauguró el puerto pesquero artesanal. Los turistas llegan para practicar surf por el privilegio de olas que se forman en el sector, otros en cambio se interesan por conocer del oficio del que viven las familias y pasar momentos agradables tomando un baño y consumiendo algún plato típico.







# Las Piñas

Antes de llegar a Santa Rosa se encuentra la tranquila playa de Las Piñas, con una aire campestre que invita al visitante a descansar alejado del ruido ciudadano, recibiendo la frescura del mar que baña a este sector del cantón Manta.





Se localiza a 15 km en el área rural del cantón M...  
ta, a 40 minutos del centro urbano, movilizándose e  
transporte terrestre. Esta playa de aproximadamen  
8 km, es preferida por los visitantes por sus cálid  
aguas y la tranquilidad. Caracteriza al sector.





a una distancia de 18 km. Desde lo alto de la playa se puede observar el mar en una hermosa vista panorámi-





## Aventura ecológica en bosque de Pacoche

Con una rica flora y fauna silvestre, este bosque en sus montañas encierra vestigios arqueológicos de la Cultura Manteña, según los hallazgos hechos por investigadores y los mismos pobladores que acostumbran realizar excavaciones. En la montaña El Tigrillo se comenta que existe algo parecido a un templo, pero su acceso lo limita la existencia de muchos murciélagos. También en el bosque de Pacoche, dentro de predios privados hay huecos a varios metros de profundidad revestidos de piedra que parecen conectarse de manera subterránea.

En Pacoche existe un museo en el cual reposan algunos objetos encontrados en excavaciones hechas en la zona y que son parte de la historia que encierra a los primeros pobladores de Manta.

Las operadoras turísticas incluyen en sus ofertas las visitas al bosque donde se encuentran una interesante flora y fauna. Los monos aulladores, tigrillos, destacan entre las especies.







# Faro de San Lorenzo

En un empinado acantilado se ubica el faro de San Lorenzo, al cual se accede por un graderío construido para facilitar la subida y bajada de los visitantes que aprecian disfrutar de una vista panorámica hacia la inmensidad del océano Pacífico.



DESDE HACE 17 AÑOS

# Cruceros del mundo arriban al puerto

**C**ontando con un centro portuario que mueve carga de exportación e importación, y con un calado que permite el arribo de grandes buques, desde el año 1997, el puerto manabita empezó a recibir la visita de grandes cruceros, trayendo miles de turistas entre ellos norteamericanos, canadienses, alemanes, franceses, suecos, holandeses y japoneses, y en los últimos 3 años se han sumado la visita de latinoamericanos, específicamente chilenos y argentinos.

**Turismo Municipal organiza ferias en la Plaza Cívica Eloy Alfaro, donde artesanos locales, de la provincia y el país, exponen hermosas artesanías de gran calidad, donde resaltan los sombreros de paja toquilla, productos en tagua, madera, piedras preciosas, textiles en lana, entre otros de las diferentes regiones del país.**

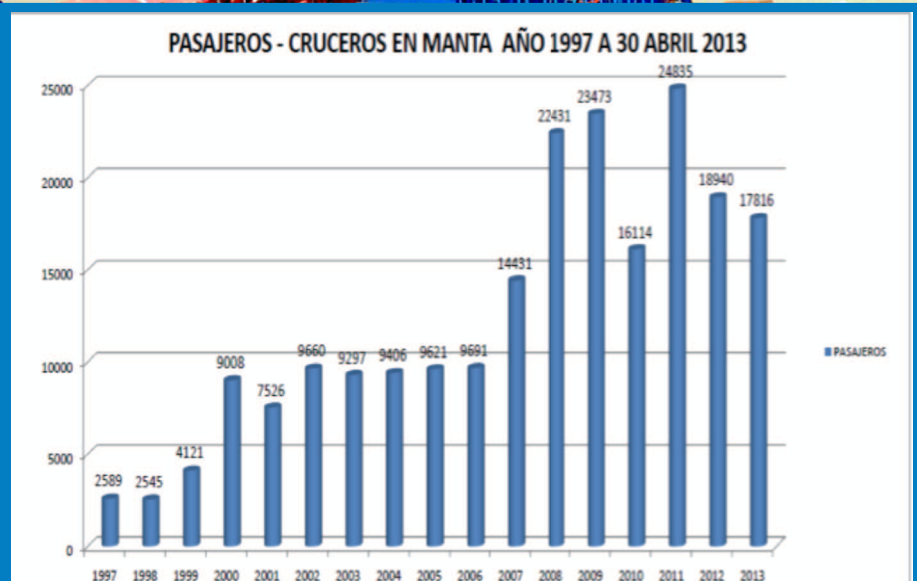
**En una isla de Información Turística, se distribuye folletos y mapas muy útiles y solicitados por los visitantes, quienes con ellos se desplazan por la ciudad, recorriendo lugares de interés y toman fotografías de su paso por Manta, visitar comercios.**



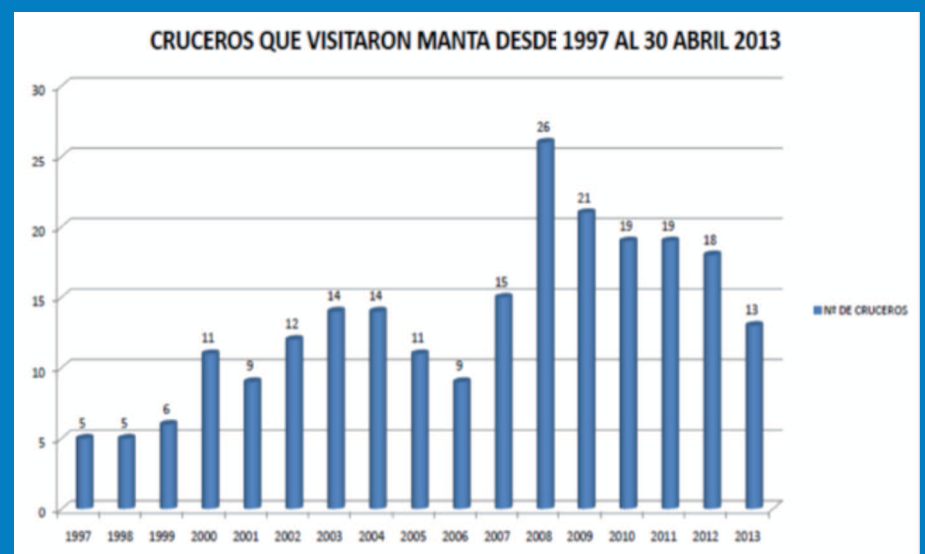




También la Agencia de Viajes que opera el cruceo programa excursiones a áreas Naturales tales como el Refugio de Vida Silvestre Marina y Costera de Pacoche y a lugares fuera de Manta como el Parque Nacional Machalilla; Tour a Quito y Galápagos, mediante charters, que salen desde el Aeropuerto Eloy Alfaro, así como City Tour entre Manta y la vecina ciudad de Montecristi.



Dirección de Turismo GAD Manta



Dirección de Turismo GAD Manta

**Ingresos:** Las familias que viven del turismo que llega en los cruceros obtienen ingresos, puesto que cada turista durante su visita a Manta gasta un promedio de 100,00 dólares, en artesanías, alimentos y bebidas, servicios profesionales contratados, transportes y operaciones turísticas.



## Principales rutas de navegación de las líneas de cruceros que arriban al puerto de Manta



Dirección de Turismo GAD Manta

# Hospedaje

En Manta existen más de cien establecimientos de alojamiento, entre hoteles, hostales, hosterías, cabañas y departamentos de lujo y de primera a cuarta categoría, con más de 2.000 habitaciones para acoger a 5.500 turistas. Las tarifas van de 10 hasta 80 dólares por per-

sona. Entre algunos de los sitios de hospedaje se cuentan hoteles Manta Host, Oro Verde, Cabañas Balandras, Los Almendros, Mar Azul, Lun Fun, Nazo, Santa Marianita, Perla Spóndylus, Donkey Den Guesthouse, Velero, Costa del Sol; hostería Barbasquillo.

Para mayor información el turista al llegar a Manta, se puede contactar con la oficina de Turismo donde encontrará asesoría sobre lugares a visitar y servicios y cualquier asistencia para que el visitante goce de una estadía sin contratiempos. Telf: 052 611471.







## Comida que encanta

La comida del puerto manabita, tiene entre sus principales ingredientes, los pescados en sus diversas variedades y mariscos entre ellos camarón, langostino, langosta, pulpo, calamar, concha, que en deliciosas preparaciones acompañadas de arroz, plátano en patacones o chifle despiertan el apetito de cualquier amante a la buena gastronomía.

En restaurantes en la ciudad o en el borde de las playas, los turistas y locales siempre tienen la opción de servirse el apetecido camotillo frito, cebiche, una cazuela de mariscos, pescado apanado, encebollado, pescado a la plancha, arroz marinero, estofado de múrico, viche de cangrejo y muchos otros deliciosos platos de la comida manabita. Toda esta comida tiene generalmente como acompañante al plátano preparado en patacones o en chifle, que se ha ganado la preferencia de visitantes nacionales y extranjeros, especialmente quienes llegan en cruceros.

Sin embargo para quienes aprecian las preparaciones internacionales, también hay restaurantes de comida china, japonesa, europea, árabe, peruana, colombiana y más.

## Festival Gastronómico "Delicias Manabitas"

Desde hace cuatro años en Manta se realiza el Festival Gastronómico "Delicias Manabitas" en el parque Central de "Eloy Alfaro", donde los mejores platos de nuestra comida están para el disfrute del público local y visitantes, a precios económicos.

El festival organizado por el Gobierno Municipal de Manta, es parte de la celebración de "Junio, Mes de la Unidad Manabita".

Grupos municipales de música y algunos grupos de danza, teatro locales también amenizan el evento, al que acuden participantes de varios cantones de la provincia de Manabí.





# Famosos sombrosos de paja toquilla

Las hábiles manos de habitantes de San Lorenzo, primera parroquia rural del cantón Manta, también elaboran los finos sombreros de paja toquilla, tradición que se ha ido transmitiendo de padres a hijos y que se mantiene en la actualidad.

Carteras, muñecas, adornos variados para el hogar, en llamativos colores, también son parte de las artesanías elaboradas en paja toquilla, que son vendidas a los comerciantes y turistas, quienes aprecian el delicado trabajo, que se realiza con mayor fuerza en el vecino cantón de Montecristi, que es la cuna del famoso tejido, que trascendió al mundo como un producto panameño, cuando en realidad es netamente nacional y manabita. Armar, preparar la paja, ingerir, son partes del proceso de elaboración de los sombreros.

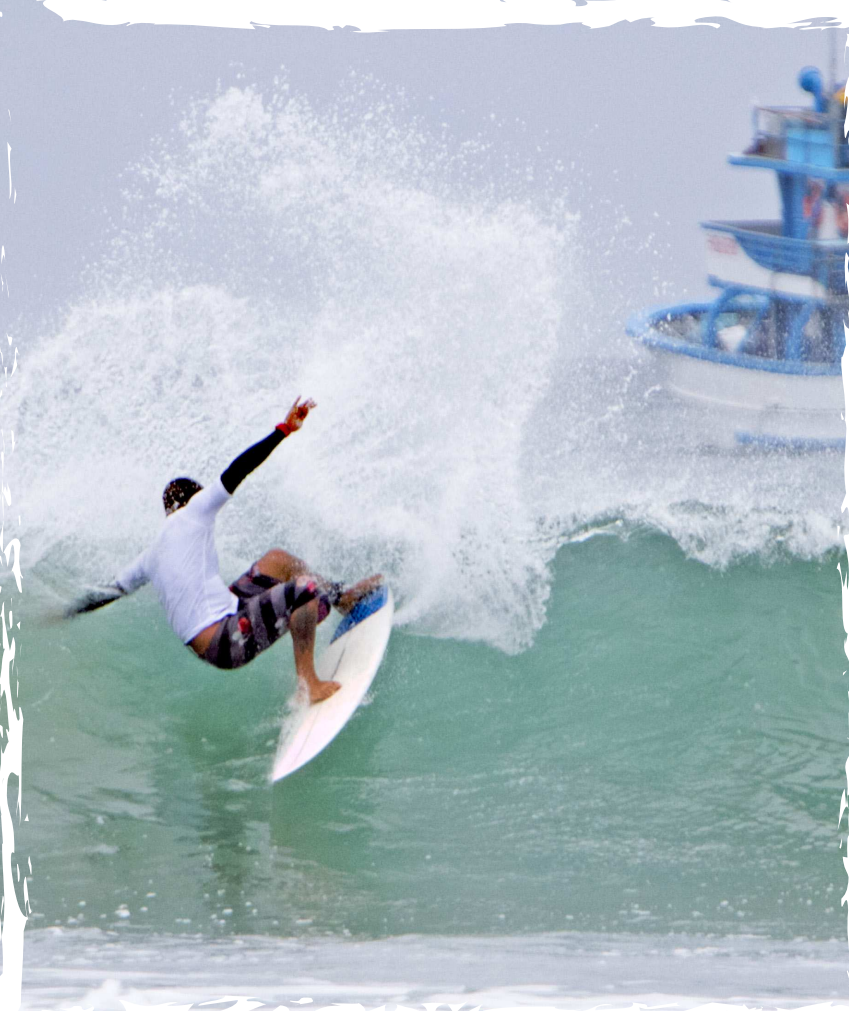
## Festival Internacional de Teatro

Delegaciones de teatro de varios países del mundo llegan en septiembre a Manta para participar durante una semana del famoso Festival Internacional de Teatro, que ya cuenta 26 años de su realización en su escenario central, el Teatro Chusig. El grupo de teatro La Trinchera es quien ha llevado adelante este evento con el apoyo de instituciones públicas y privadas que impulsan el fortalecimiento de las manifestaciones culturales.





# Kitesurf, Santa Marianita



## Deportes acuáticos y de playa

Los deportes en sus disciplinas del jet ski, tabla vela, surf, morey boogie, snorkel, buceo y pesca deportiva, se practican en las zonas de El Murciélago, San Mateo, San Lorenzo y Santa Marianita. En la arena también se practica fútbol, voleibol, balonmano y bailoterapia; el ciclismo también se lo puede realizar en las vías desde la playa Los Esteros hasta el Murciélago o también caminata de mantenimiento físico.

Cientos de deportistas nacionales y extranjeros, llegan a partir del mes de mayo a Santa Marianita, atraídos por los buenos vientos de la playa, que por su ubicación geográfica es perfecta para la práctica del Kitesurf o también llamado kite surfing, kiteboarding, que es un deporte de deslizamiento, que consiste en usar una cometa de tracción que estira al deportista por 4 ó 5 líneas, dos fijas a la barra, y las 2 ó 3 restantes pasan por el centro de la barra y se sujetan al cuerpo mediante un arnés, permitiendo deslizarse sobre el agua mediante una tabla ó un esquí del tipo Wakeboard, diseñado para tal efecto. En el lugar hay tres escuelas que enseñan este deporte en cursos básicos e intensivos, ya que por seguridad se necesita tener práctica para lanzarse al mar.



# Fiesta religiosa de San Pedro y San Pablo



## Celebración

Bailes, recepciones, proclamaciones de reinas, celebración de la Santa Misa y el encuentro de Blancos y Negros, como punto principal, donde los Ministros de cada Gobierno emiten un discurso de hermandad, forman parte de la tradición de estas fiestas tradicionales, que se extienden a lo largo de la Costa ecuatoriana.

La historia refiere que hace muchos siglos un puñado de hombres inmigrantes, provenientes de Guinea, continente de África, llegaron a América en busca de mejorar sus condiciones de vida. Aquí se encontraron con el pueblo de Castilla, compuesto por inmigrantes de España, con quienes establecieron una amistad sólida de intercambios culturales y religiosos, basados en la forma de vida de cada pueblo para aportar su propia identidad.

Este encuentro de dos culturas, los Blancos que representa al Gobierno de Castilla, y los Negros que representan al Gobierno de Guinea, fue asimilado en Manabí, por los pueblos más enraizados en el catolicismo, festejándose como fiesta de San Pedro y San Pablo, con profunda fe cristiana.

Desde el mes de junio de cada año, en Manta se inicia esta celebración, En las parroquias Manta, Tarqui, Los Esteros, Eloy Alfaro, San Lorenzo, San Mateo, Santa Marianita, los Blancos y Negros festejan el reencuentro con las familias, que en su mayoría no viven en el Ecuador, durando la celebración de 3 a 10 días.



## Superstición

La fiesta de San Pedro y San Pablo, tiene un hondo significado en la serpiente que porta el apóstol San Pedro, a la cual el pueblo creyente guarda mucho respeto, al punto de no negarse a ser parte de los gabinetes para el que fuere escogido, por el temor a ser castigado por el apóstol y perseguido por el respetado réptil.







LA MERCED

## Iglesia más antigua de Manta

Los primeros templos católicos que se construyeron en Manabí, eran de caña y entre ellos se cuenta el de La Merced, que es el más antiguo que tiene Manta, cuya construcción de cemento se empezó en 1964, teniendo como principal gestor al párroco padre Luis Hermidas apoyado por el Comité pro templo. Los padres vascos tuvieron también destacada participación en la construcción, pues fue el padre José Zunzuneguí que hizo los planos de esta iglesia en España.

Manta era en ese entonces una caleta de pescadores y desde la construcción de la iglesia, los párrocos llegaban sólo para celebrar las fiestas de la Virgen de la Merced, por tener a su cargo otras iglesias y, venían en octubre, que se aprovechaba para realizar matrimonios, bautizos y confirmaciones.

### Aporte

Exportadores de Manta colaboraron con medio centavo de sucre por cada dólar de las exportaciones, para la construcción de la iglesia.

## “La Dolorosa” iglesia levantada del desastre



Fue una fatídica noche del 22 de octubre de 1996, cuando un avión de la compañía Million Air, se estrelló contra la iglesia católica “La Dolorosa” sembrando desgracia en la comunidad de este sector del mismo nombre, donde perdieron la vida decenas de personas.

Pasado el tiempo la iglesia se irguió de entre las cenizas con una nueva infraestructura; la imagen de la virgen de “La Dolorosa”, ennegrecida por el humo de las llamas, se mantiene intacta conservada en una torre donde se ubica el campanario desde el cual se domina la Ciudad.

Este templo es hoy, lugar de visita de turistas que llegan a conocer la iglesia donde cayó el avión y a observar la imagen de la virgen, cuya fortaleza frente a tan fuerte impacto, según sus feligreses, es un milagro.



# Manta, capital mundial del atún

Con la mayor flota atunera del Ecuador y del Pacífico Oeste, tras la desaparición de San Diego, como capital mundial del atún, Manta se adjudicó esta denominación, que es la fuerza productiva que genera riqueza a este cantón.

En los años 50, se pescaba con embarcaciones de madera; diez años después aparecieron los primeros barcos de red y es hacia el año 70 que se incorporan barcos con tecnología y casco de hierro, hasta lograr barcos de 200 hasta 1.300 toneladas de capacidad.



## Artesanía naval, atractivo para turistas



A través de los siglos de existencia de la humanidad, la pesca ha sido fuente inagotable de vida. Hombres curtidos por el sol, hechos a la mar en rudimentarias balsas desde tiempos aborígenes se proveían del sustento diario. Los tiempos cambiaron para dar paso a grandes embarcaciones, cuya construcción se la hace en el borde marino por artesanos navales.

Los turistas que llegan a Manta al recorrer las playas de Tarqui y Los Esteros, se quedan admirados al observar el minucioso trabajo artesanal, que lo captan en sus fotografías y videos para llevarlos de recuerdo de su paso por el puerto manabita.

Este arte se ha transmitido de padres a hijos quienes miran orgullosos como su laborioso obra se desliza por los océanos generando riqueza.

## Terminales aérea y terrestre

Los locales y los visitantes tienen la facilidad de movilizarse a través del aeropuerto Eloy Alfaro y la terminal terrestre de pasajeros. Diariamente existen vuelos de ida y venida hacia Quito, capital de la república del Ecuador y también hacia Guayaquil, con un promedio de tiempo de 30 y 35 minutos. La Terminal Aérea se ubica al norte de la ciudad, contigua a la base de la Fuerza Aérea Ecuatoriana, y desde el centro de la ciudad se llega en 10 minutos por la vía Puerto-Aeropuerto, aunque también existen las vías Manta-Rocafuerte, Circunvalación, dependiendo del sector desde donde se desplace el pasajero.





# Avistamiento de ballenas jorobadas

Por su ubicación privilegiada, Manta es el punto de llegada por vía aérea o marítima de turistas nacionales y extranjeros; entre junio y septiembre el número de visitantes se incrementa, atraídos por la observación de las ballenas jorobadas, en la Isla de la Plata, jurisdicción del cantón Puerto López y ubicada a 38 millas de Manta.

Pero, esta exclusividad no es solo de ese cantón manabita porque también desde el puerto de Manta y su playa de San Lorenzo, este avistamiento es posible y de eso muchos testimonios dan ciudadanos locales y turistas. Hacia el norte de la provincia, en Jama, algunas personas también pueden observar a las famosas ballenas que vienen al Ecuador para su apareamiento.



## Manta promociona al mundo el turismo nacional

Manta fue una de las siete ciudades escogidas en Ecuador para ser parte de la campaña “Todo lo que necesitas es Ecuador” promovida por el Ministerio de Turismo y que incluyó a otras ciudades del mundo.

En la campaña lanzada el 1 de abril del 2014, se exhibió letras de seis metros que juntas conformaron la frase “All You need is Ecuador”.

A esta ciudad le tocó la letra “C”, que fue instalada en el Malecón Escénico de la playa El Murciélago, donde permaneció 10 días. Cuenca, Loja, Guayaquil, Tena, Santa Cruz, Manta y Quito, fueron las otras ciudades donde se exhibió las letras, y que en exterior incluyó a París, Madrid, São Paulo, Bogotá, Nueva York, Santiago, Berlín, Londres, Lima, México, Ámsterdam y Buenos Aires.

En el 2013 el país recibió más de 1,3 millones de turistas y para el 2014 la proyección es de 1,5 millones. El turismo es el cuarto reglón de la economía del país.



