

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO



FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación

TRABAJO DE TITULACIÓN

CRITERIOS DE EMPLAZAMIENTO UTILIZADOS POR LOS MEDIOS IMPRESOS LOS ANDES Y LA PRENSA DE RIOBAMBA, PERIODO ENERO – JUNIO DE 2018

Autor: Adán Israel Chacater Llugcha

Tutor: Msc. Guillermo Zambrano P.

Riobamba - Ecuador

2019

CALIFICACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO DE GRADO



Los miembros del tribunal de revisión del proyecto de investigación del título: **“CRITERIOS DE EMPLAZAMIENTO UTILIZADOS POR LOS MEDIOS IMPRESOS LOS ANDES Y LA PRENSA DE RIOBAMBA, PERIODO ENERO – JUNIO DE 2018”** presentado por: Adán Israel Chacater Llugcha, dirigida por el MsC. Guillermo Zambrano Pontón.

Una vez revisado el proyecto de investigación con fines de graduación escrito en el cual se ha constatado en el cumplimiento de las observaciones realizadas se procede a la calificación del informe del proyecto de investigación.

Por la constancia de lo expuesto firman:

Tutor	Nota	Firma
MsC. Guillermo Zambrano	10	
Miembro del tribunal		
MsC. Carlos Larrea	10	
Miembro del tribunal		
MsC. Galo Vásquez	9.5	

PROMEDIO 9.8

INFORME DEL TUTOR

Yo, MsC. Guillermo Zambrano Pontón, en mi calidad de Tutor del Trabajo Investigativo titulado: **“CRITERIOS DE EMPLAZAMIENTO UTILIZADOS POR LOS MEDIOS IMPRESOS LOS ANDES Y LA PRENSA DE RIOBAMBA, PERIODO ENERO – JUNIO DE 2018”** luego de haber revisado el desarrollo de la investigación elaborado por el señor Adán Israel Chacater Llugcha, tengo a bien informar que el trabajo indicado cumple con los requisitos y méritos exigidos suficientes para ser sometido en la defensa pública y evaluado por el tribunal designado.

Riobamba, 02 de diciembre de 2019

Atentamente,



MsC. Guillermo Zambrano P.

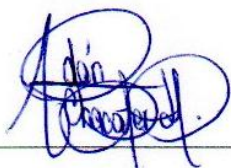
TUTOR

DERECHOS DE AUTOR

Yo, Adán Israel Chacater Llugcha, declaro que los escritos emitidos en el trabajo de investigación con el nombre: **“CRITERIOS DE EMPLAZAMIENTO UTILIZADOS POR LOS MEDIOS IMPRESOS LOS ANDES Y LA PRENSA DE RIOBAMBA, PERIODO ENERO – JUNIO DE 2018”**, como también los resultados, análisis, conclusiones y recomendaciones son de mi autoría. Además, de los textos que pertenecen a otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

En calidad de autor del presente trabajo de investigación, autorizo a la Universidad Nacional de Chimborazo hacer uso de los contenidos para fines académicos.

Riobamba, 02 de diciembre de 2019



Adán Israel Chacater Llugcha

C.I. 060405603-6

DEDICATORIA

Con amor gratitud infinita a mis padres, mamita Esther y papito Antonio por el cariño y sacrificio realizado a lo largo de toda mi vida, no me alcanzará la vida para devolver un poco de todo lo que me han brindado, los amo.

A mis hermanos, David, Javier, Cristian, por estar pendientes de mi bienestar y aconsejarme y ser ejemplo a seguir en este camino, los amo.

De igual manera a mis familiares, primos, primas, tíos y tías que siempre han estado pendiente de mi formación personal y académica.

A mi abuelita Josefina y tío José que, aunque no estén junto a mí les voy a estar agradecido por sus bendiciones diarias y el apoyo que siempre me van a brindar.

Adán

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por nunca desampararme y bendecirme en todas las decisiones que he tomado en mi vida.

A los docentes de la carrera de Comunicación Social por impartir sus conocimientos en las horas de clase, en especial a los profesores: Ramiro Ruales, Carlos Larrea, Julio Bravo, Guillermo por sus consejos a lo largo de este proceso estudiantil.

A mis compañeros y amigos por ser parte de este largo camino universitario, por las experiencias vividas y apoyo en horas de clase; del mismo modo, a un local de comida muy especial, Zurdita, por su recibimiento siempre alegre y por su buena sazón.

A Gaby por motivarme a ser mejor cada día y por su cariño diario.

Al fútbol por ser el deporte que más amo en el cual encuentro mi felicidad.

Adán

ÍNDICE

CALIFICACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO DE GRADO	i
INFORME DEL TUTOR	ii
DERECHOS DE AUTOR	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE	vi
ÍNDICE DE CUADROS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN	1
1. MARCO REFERENCIAL	3
1.1. Planteamiento del problema	3
1.2. Formulación del problema	4
1.3. Justificación	4
1.4. Objetivos	6
1.4.1. General	6
1.4.2. Específico	6
2. MARCO TEÓRICO	7
2.1. Estado del arte	7
2.1.1.1. Funcionalismo	7
2.1.1.2. Estructuralismo	8
2.1.2. Comunicación periodística	9
2.1.3. Periodismo	9
2.1.4. Medios de comunicación	11
2.1.4.1. Medios impresos	11
2.1.5. Emplazamiento	11
2.1.6. Diagramación	13
2.1.7. Elementos de ayuda gráfica	13
2.1.8. Formatos	14
2.1.8.1. Sábana	14
2.1.8.2. Tabloide	15
2.1.9. Géneros periodísticos	15
2.1.9.1. Géneros Informativos	15

2.1.9.1.1.	Nota Informativa	16
2.1.9.1.2.	La entrevista	16
2.1.9.1.3.	La crónica.....	17
2.1.9.1.4.	El reportaje	17
2.1.9.2.	Géneros de Opinión.....	18
2.1.9.2.1.	Columna.....	18
2.1.9.2.2.	Editorial.....	19
2.1.9.2.3.	Nota de opinión.....	19
2.1.9.2.4.	Cartas al director	19
2.1.9.3.	Géneros Interpretativos.....	19
2.1.9.3.1.	Reportaje interpretativo	20
2.1.9.3.2.	Entrevista interpretativa	20
2.1.9.3.3.	Crónica interpretativa	20
2.1.9.4.	Géneros de Entretenimiento.....	20
2.1.10.	Fuentes de Información	20
2.1.10.1.	Clasificación de las fuentes	21
2.1.10.1.1.	Observación directa	21
2.1.10.1.2.	La gente	21
2.1.10.1.3.	Los documentos	22
2.1.10.1.4.	Otros medios	23
2.2.	Variables	24
2.2.1.	Variable Independiente.....	24
2.2.2.	Variable Dependiente.....	24
2.3.	Operacionalización de variables	24
3.	METODOLOGÍA	26
3.1.	Métodos	26
3.1.1.	Método Científico	26
3.1.2.	Método Analítico	26
3.1.3.	Método Inductivo	26
3.1.4.	Método Deductivo	27
3.2.	Tipos de investigación	27
3.2.1.	Investigación Descriptiva.....	27
3.2.2.	Investigación de Campo.....	27
3.2.3.	Investigación Bibliográfico-Documental	27
3.2.4.	Investigación Cualitativa	28
3.3.	Población y muestra.....	28

3.3.1.	Población	28
3.3.2.	Muestra	28
3.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	28
3.4.1.	Entrevista	28
3.4.2.	Análisis de contenidos	28
3.4.3.	Revisión documental	28
3.4.4.	Matriz de Análisis de Contenidos	29
3.4.5.	Guía de Entrevista	29
3.5.	Técnicas de análisis e interpretación de la información	29
4.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	53
5.	CONCLUSIONES	55
6.	RECOMENDACIONES	56
7.	PROPUESTA	57
7.1.	Propuesta comunicacional	57
7.1.1.	Objetivos de la propuesta	57
7.1.2.	Propuesta comunicacional	57
7.1.3.	Propuesta editorial	57
7.1.3.1.	Nombre de la propuesta	57
7.1.3.2.	Especificaciones generales	58
7.1.3.3.	Distribución de páginas	58
8.	BIBLIOGRAFÍA	59
	ANEXOS	63

ÍNDICE DE CUADROS

Tabla 1. Operacionalización de las variables.....	24
Tabla 2. Datos generales La Prensa – Los Andes.....	29
Tabla 3. Datos noticias La Prensa – Los Andes.....	30
Tabla 4. Tamaño de notas La Prensa - Los Andes.....	31
Tabla 5. Datos elementos de ayuda gráfica La Prensa – Los Andes.....	31
Tabla 6. Datos de fuentes La Prensa – Los Andes.....	32
Tabla 7. Preguntas básicas La Prensa – Los Andes.....	33
Tabla 8. Publicidad La Prensa – Los Andes.....	34
Tabla 9. Matriz de análisis de contenidos La Prensa - Los Andes.....	35
Tabla 10. Matriz de análisis de contenidos La Prensa – Los Andes.....	37
Tabla 11. Análisis de Entrevistas.....	49
Tabla 12. Análisis de Entrevistas.....	52
Tabla 13. Distribución de páginas.....	58

RESUMEN

El presente trabajo investigativo se lo realiza con la finalidad de conocer cuáles son los criterios de emplazamiento que son utilizados por los medios impresos La Prensa y Los Andes en el periodo enero-junio 2018. Esta investigación está amparada en conceptos sobre medios impresos, comunicación y emplazamiento en escritos, entre otras concepciones. Además, de emplear teorías de la comunicación que fundamentan el análisis de este trabajo.

La utilización de técnicas y métodos para recopilar información permitieron realizar un análisis de contenidos de los medios escritos, donde partimos de un estudio macro a lo micro de la estructuración de las páginas, también permitieron conocer las características que usan los periodistas de estos medios al momento de trasladar su contenido informativo a las páginas.

De igual manera, es importante el aporte de las aclaraciones manifestadas por los directores de noticias de los medios impresos, donde conoceremos la realidad que gira en torno al trabajo periodístico y al emplazamiento que es la base de nuestro análisis de estudio.

Por otra parte, los resultados cualitativos obtenidos en esta investigación nos refieren a que la utilización de criterios de emplazamiento es en base a plantillas previamente establecidos en cada medio escritos, ya que esto permite que los periodistas ordenen sus notas en base a la relevancia que ellos le proporcionen.

Finalmente, se establecerá la influencia de criterios, jerarquización e importancia de los sucesos noticiosos locales, regionales, nacionales e internaciones. los medios impresos son esenciales en la sociedad para crear una colectividad con criterio crítico, frente a las realidades sociales, políticas, económicas, entre otras, que afectan el desarrollo de nuestra ciudad.

Palabras clave: emplazamiento, comunicación, medios impresos, información, análisis, páginas.

ABSTRACT

This research is carried out to know about the location criteria that is used by the print media La Prensa and Los Andes in the period January-June 2018. This research is based on concepts about print media, communication, and placement in writings and other conceptions. Besides, to use communication theories that support the analysis of this work.

The use of techniques and methods to collect information permitted to carry out an analysis of the different contents of the written media. We started from a macro study to the micro structuring of the pages. Also, this allowed to know characteristics that journalists use in these media at the time of transferring its informative content to the pages.

In the same way, the contribution of the clarifications expressed by the news directors of the print media is essential, we will know the reality that revolves around journalistic work and the location that is the basis of this study analysis.

On the other hand, the qualitative results obtained in this research refers to the fact that the use of placement criteria is based on templates previously established in each print media, this allows journalists to order their notes based on the relevance that they provide.

Finally, the influence of criteria, hierarchy, and importance of local, regional, national and international news events will be established; print media are essential in society to create a collective with critical criteria, compared to social, political, economic realities, among others, that affect the development of our city.

Keywords: location, communication, print media, information, analysis, pages.

Abstract translation reviewed by Dr. Narcisa Fuertes PhD

Professor at Competencias Lingüísticas UNACH.



INTRODUCCIÓN

Ante el constante desarrollo de la humanidad y la necesidad del hombre de mantenerse informado de los acontecimientos que se dan día a día, se fortalece el protagonismo del impreso como un medio de comunicación masivo, sus formas de contenido, su usabilidad, tamaño, color y forma, lo determinan como producto impreso.

Los medios de comunicación impresos responden a necesidades de conocimiento y saberes, además, los intereses en la creación de contenidos, son vínculos para la transmisión de valores. Los estudios de percepción en medios de comunicación y en particular los medios impresos, responden a necesidades del uso y consumo de información.

Los medios impresos son un componente importante en la comunicación, proporciona información, comenta, critica y genera debate ante la realidad, publicita bienes y servicios. Posteriormente se convierte en una fuente que almacena la memoria colectiva de una sociedad.

Además, los contenidos periodísticos de medios impresos se han enfrentado a un gran reto, el del emplazamiento; una posición o colocación errónea de una publicación en un lugar con demasiado texto o con poca visibilidad para los lectores que queremos atraer, significa ruidos visuales y por consiguiente pérdida de clientes que preferirán otros medios informativos u otras plataformas digitales.

El presente estudio se apoya para estudiar los criterios de emplazamiento utilizados por los medios impresos de la ciudad de Riobamba, ya que, analizar la manera en la que se presentan los diarios Los Andes y La Prensa debe ser de interés de los comunicadores sociales puesto que por medio del lenguaje y de las informaciones se construye realidades y orientan el día a día de los seres humanos.

Para efectuar el objetivo principal de la investigación el cuál es, analizar los criterios de emplazamiento utilizados por los medios impresos Los Andes y La Prensa de Riobamba, periodo enero-junio 2018, se ha desarrollado cinco capítulos.

CAPÍTULO I.

Marco Referencial. Este capítulo se enfocará en el planteamiento del problema, formulación del problema, los objetivos, la justificación e importancia del tema a analizar.

CAPÍTULO II.

Abarca el Marco Teórico, que expone la fundamentación teórica, donde las citas y estudios de diferentes autores se planteará en base a argumentos teóricos para permitir su comprensión.

CAPÍTULO III.

El Marco Metodológico, que incluye técnicas e instrumentos para la recopilación de información, todo lo que se utiliza en la realización de la investigación.

CAPÍTULO IV.

Conclusiones y Recomendaciones alcanzadas de acuerdo a la discusión e interpretación de resultados obtenidos en la investigación.

CAPÍTULO V.

La propuesta planteada al abordar las problemáticas y analizar el tema investigado.

1. MARCO REFERENCIAL

1.1.Planteamiento del problema

En la actualidad se está perdiendo el interés de los jóvenes por adquirir un medio impreso para conocer lo que sucede en la cotidianidad, el valor de la lectura e inclinación de las nuevas generaciones por buscar nuevas plataformas más llamativas y que atraen visualmente; genera que la prensa escrita plantee nuevos mecanismos para que los contenidos informativos se muestren más vistosos e interesantes.

El emplazamiento es un conjunto de elementos que permiten presentar un esquema ordenado y claro, con esto se consigue comunicar con rapidez y mantener al lector enganchado a nuestro medio de comunicación impreso.

La desorganización y una incorrecta distribución de páginas de los diarios Los Andes y La Prensa genera un efecto visual provocando ruidos en los lectores, el efecto de esto es que los lectores no prefieran esos medios impresos ya que no comprenden cuales son los temas informativos que se presentan.

La falta de un manual de redacción causa que el enfoque en cada tema varíe dependiendo de la intuición de los periodistas provocando que la ciudadanía prefiera adquirir medios en los cuales las informaciones tengan una esquematización planteada por el manual institucional que tengan.

Vivimos rodeados de excesiva información, mensajes, promoción de marcas o productos donde los consumidores se encuentran saturados debido a la gran cantidad de impactos publicitarios que recibe.

Conociendo la realidad social de nuestra ciudad tendremos una ordenada y correcta distribución de los elementos que componen los diarios y esto nos permitirá posicionarnos en el mercado creando en el lector un sentido de pertenencia con el medio escrito que lee.

Se estudiará y comprobará mediante técnicas cualitativas, como cada uno de los diferentes diseños y formatos de presentar la información genera un impacto visual que atrae o pasa desapercibido en las personas.

En este punto, Santarsiero (2006) menciona que:

La tarea principal del diseñador es ordenar en la página todos los elementos, de manera que la lectura sea sencilla, ordenada y jerarquizada, ya que gráficamente debe quedar en

evidencia qué importancia le dio el editor a cada noticia. [...]. Además, el diseñador trata, cuando la página tiene posibilidades de que esta sea lo más parecido a una obra de arte. (p. 19)

La tarea de un correcto diseño es crear una obra con una buena combinación entre el mensaje lo visual, teniendo en cuenta varios factores como la legibilidad, comprensión y que esta obra atraiga para su lectura; también componentes como la estructura, el texto, la tipografía, el texto, etc.

1.2. Formulación del problema

¿Qué criterios de emplazamiento son utilizados por los medios impresos Los Andes y La Prensa de Riobamba, periodo enero-junio 2018?

1.3. Justificación

La presente investigación será de relevancia porque es necesario conocer cuáles son los diseños que emplean los medios impresos locales para presentar la información diaria. Se dice que la pieza creada por el diseñador editorial es muy compleja debido a que debe ser de total originalidad para no caer en algo típico, repetido o aburrido.

Para Zanón (2008): “La pretensión del diseño editorial es diseñar obras y difundirlas, comunicar eficientemente unas ideas a través de unas tipografías, colores, formas y composiciones que muestren una relación inequívoca del contenido con el continente”.

Además, debe tener claro cuál es el escenario al cual se está dirigiendo y tener ideas que vayan de acuerdo a la realidad que vivimos. Cualquier diseñador editorial posee procesos de diseño que son complicados de establecer, porque tiene varios factores que influyen como el tiempo que disponga o los recursos tecnológicos que tenga la empresa.

Los medios de comunicación conllevan una gran responsabilidad al momento de mantener informada a toda una sociedad que se alimenta de noticias minuto a minuto por medio de los diferentes canales de comunicaciones existentes como la prensa, radio, televisión y en la actualidad medios digitales gracias al internet. Otra característica importante de los medios de comunicación es la capacidad de concientización de toda una aldea global si así se lo plantea.

Existen variados tipos de medios de comunicación y cada uno contempla un código particular para difundir su mensaje, de este modo la televisión se centra en lo audiovisual, combinando la imagen y el sonido; la radio recurre a lo auditivo y la prensa al medio gráfico, acoplar ilustraciones y lengua escrita.

Ahora bien, conocemos que los medios de comunicación ayudan en mayor parte a plantear nuevos conocimientos y posturas en nuestra sociedad, para conocer sobre las realidades de entidades, personas, grupos sociales que son generadores de información masiva.

Este análisis será importante porque permitirá saber cuál es el impacto de las publicaciones en el público y establecer si su diseño resulta atractivo a simple vista y que logre transmitir todo su contenido sin cargar demasiado texto ni sature las imágenes en el proyecto; combinar por un lado el texto y por otro lo visual para inventar algo característico, diferenciador y llamativo a la par que sea satisfactorio para la vista.

La mayoría de medios impresos posee una estructura gráfica y periodística, que agrupan dan forma al estilo editorial de la información. Para Zapatero “El estilo crea la sensación que se transmite al lector”. (2012, p. 109). Esto nos dice que la resolución periodística y de diseño que se toman influye directamente sobre el modo en el cual el lector percibe el diario.

Los impresos, como medios de comunicación, han generado mucha información a lo largo de los años. Los medios impresos son de vital importancia para los comportamientos diarios de los lectores; nos encontramos en una sociedad demasiado compleja, en la que los fenómenos sociales están interrelacionados y nos plantean el desafío de combatir contra la simplificación de datos y buscar nuevas maneras de presentar las informaciones diarias.

La investigación tendrá dos fundamentaciones: la primera teórica porque contaremos con fuentes y citas de autores que conocen el tema y el aporte práctico que sobre la base de la teoría de la investigación se construirá la propuesta.

1.4.Objetivos

1.4.1. General

Analizar los criterios de emplazamiento utilizados por los medios impresos Los Andes y La Prensa de Riobamba, periodo enero-junio 2018.

1.4.2. Específico

- Determinar el contexto periodístico en el que se maneja el criterio de emplazamiento utilizados por los medios impresos Los Andes y La Prensa de Riobamba.
- Identificar la forma en la que Los Andes y La Prensa de Riobamba ubican sus contenidos periodísticos con relación a su criterio de emplazamiento.
- Proponer una guía de utilización de criterios de emplazamiento para los medios impresos Los Andes y La Prensa de Riobamba.

2. MARCO TEÓRICO

2.1.Estado del arte

Para el presente proyecto de investigación se ha puntualizado en conceptos y teorías relacionadas con el tema, entre los cuales se encuentran comunicación, periodismo, medios de comunicación impresos, diseño editorial.

2.1.1. Teorías de la comunicación

2.1.1.1.Funcionalismo

Teoría surgida en Inglaterra en 1930 en las ciencias sociales, es una de las ramas de la Antropología Social y Sociología. En aspectos generales se basa en la analogía entre la sociedad y el organismo.

El funcionalismo según Lasswell nos dice que los medios de comunicación persuadirán siempre al público y que para lograr dicho objetivo se plantean las siguientes incógnitas: ¿Quién dice?, ¿Qué dice?, ¿Por qué canal?, ¿A quién?, ¿Con qué efecto?

El “Quién dice” indica a quien controla el mensaje en las empresas, medios, o entidades comerciales. “Qué” se refiere a los mensajes que están siendo comunicados. “Por qué canal” son las formas y técnicas de los medios que son difundidos en una sociedad; “A quién” apunta al público, los receptores y “Con qué efecto” nos permite considerar la razón por la cual se dio a conocer esta información a la audiencia.

Lasswell nos difunde esta teoría con la finalidad de que su propuesta contemple el acto de comunicación en su totalidad, relacionado a todo el proceso social y estudiarlo desde dos aspectos: estructura y función.

Con estas preguntas nos describe de manera eficiente como se realiza el proceso de comunicación unidireccional que es muy frecuente en la comunicación de masas, tomando en cuenta las formas de persuasión; estos estudios los realizó durante la Primera y Segunda Guerra Mundial.

Harold Lasswell, propuso su modelo de comunicación de como este ocurre, el proceso que envuelve y como un canal ayuda a transmitir un mensaje. Esta teoría fue inicialmente incorporada para la ciencia política en 1936,

Malinowski (1986), dice que las prácticas sociales solo cumplen una función si conducen a la satisfacción de las necesidades, por ellos distingue tres niveles fundamentales: necesidades biológicas primarias, necesidades sociales y necesidades sociales integradoras.

Nos pretende explicar las funciones que son desarrolladas por el sistema de comunicación de masas y se centra de manera especial en las consecuencias específicamente expuestas de la acción de los medios sobre la sociedad en su conjunto o sobre sus subtemas.

Esta teoría es consecuente con el ser humano ya que, a partir de las funciones en la sociedad como un consumidor y como elector, de esto es que se centran los estudios del funcionalismo porque ven la capacidad de los medios de comunicación de convencer a las personas, la manera en la que se consumen estos medios y como llegan los mensajes a la sociedad.

2.1.1.2. Estructuralismo

Saussure (1915) menciona que no se podría acuñar el término estructura, sino el de sistema, puesto que este último engloba al primero y además se debe tomar en cuenta al método, al que le da preponderancia con el estudio pormenorizado de la lingüística y que rechaza por igual el análisis (la descomposición) y la síntesis (recomposición).

Así se analiza los modos en que se relacionan los símbolos, que crean una red, que equivale a un sistema y el propósito del estudio es considerar más a la forma que al contenido.

Según Piaget, citado por Uña (2015):

Una estructura es un sistema de transformación que comporta leyes en tanto que sistema (en oposición a propiedades y elementos) y que se conserva o se enriquece por el propio juego de sus transformaciones, sin que estas vayan más allá de sus fronteras o recurran a elementos exteriores. En una palabra, una estructura abarca, pues, los caracteres de totalidad, de transformaciones y de autorregulación. (p. 12)

Ahora bien, las estructuras comunicacionales que han sido puestas en el mostrador por investigaciones lingüísticas y etnológicas, si existen realmente. En los campos de la comunicación y de las ciencias sociales, esta teoría supone aprobar que no existen cambios estructurales que afecten a la representación del mundo de los seres humanos.

2.1.2. Comunicación periodística

Comunicación es entendido como el proceso por el cual transmitimos y receptamos mensajes, información e ideas.

Para Paoli (1997) en su libro “Comunicación e información”, es un eje transversal que dinamiza el proceso de interrelación entre los seres humanos, se convierte en una categoría importante y necesaria para entender el movimiento que se da dentro de la sociedad.

El ser humano por el hecho de convivir en sociedad tiene la necesidad de mantener una interacción y de crear un proceso comunicativo por medio del cual expresar sus inquietudes e intercambiar información con su entorno.

La comunicación es imprescindible para la sociedad, por medio de palabras, símbolos, signos, podremos establecer una comunicación, con ella se dispone la circulación de mensajes para intercambiar mensajes, opiniones, plantear pensamientos para tener una convivencia en armonía.

Para Bravo J. (2014) en su artículo La encrucijada de la Comunicación Periodística de la revista “Reflexiones” la comunicación periodística:

Es una rama de la comunicación que vinculada al periodismo explica de qué manera los mass media presentan sus contenidos y el impacto que tienen en la opinión pública, cómo intentan persuadir sus mensajes en la masa y el proceso previo. (p.47)

2.1.3. Periodismo

Entendemos que periodismo es el proceso comunicacional que parte con alguien que recoge y recaba la información, por lo general de actualidad, la procesa, edita y presenta y publica en su medio televisivo, radial, impreso o web. El periodismo nos ayuda a tener una visión amplia de la realidad.

El periodismo entendido como base para un contexto político, económico, social, cultural, tecnológico entre otros, ha tenido un cambio sustancial, ya que el papel del periodista pierde protagonismo, ahora el sistema de información trabaja con un número limitado de profesionales debido a la gran cantidad de información que existe.

Leñero-Marín (1986) comentan que:

El periodismo le ayuda al ser humano a conocer los hechos, su realidad a través de estas versiones. El periodismo es una forma de comunicaciones social a través de la cual se da a conocer y se analizan los hechos de interés público. (pág. 17)

El periodismo nos auxilia periódicamente, el interés que tiene el ser humano de conocer que sucede en su barrio, ciudad, provincia o país de manera actualizada y, gracias a la globalización, la aproximación a lo que pasa en el mundo, es más fácil.

El periodismo nos permite construir ambientes que reflejen realidades, esto nos permite entender a la sociedad. La población debe poder reflexionar y comprender cuál es la verdad de la que muchos poderes hablan o nos pretenden vender como única, maravillosa, necesaria.

Según Verbitsky (2005), citado en Periodismo por dentro, manifiesta:

Periodismo es difundir aquello que alguien no quiere que se sepa, el resto es propaganda. Su función es “poner a la vista lo que está oculto, dar testimonio y, por lo tanto, molestar. Tiene fuentes, pero no amigos”. (pág. 20).

Un correcto periodismo es estar en el lugar de los hechos, estar en las zonas donde muchos prefieren no estar, mucho menos hablar de esas realidades sociales. El buen periodismo debe desterrar los medios que promueven el centralismo; a esto nos referimos de la prensa que pretende manejar la idea en los ciudadanos que la realidad del país es solo lo que ocurre en la capital o en otras grandes ciudades.

En Ecuador, el periodismo se remonta a 1792 cuando circuló el primer ejemplar de “Primicias de la Cultura de Quito” el cual contenía varias reflexiones de moralidad, consejo de salubridad, buenas costumbres entre otros, dejando una doctrina de justicia y libertad en los lectores.

Después de esto, en el país han nacido un sin número de periódicos y diarios de corta existencia y otros que se han logrado mantener y afianzarse en la conciencia de las personas. También, han tenido que acoplarse a las nuevas necesidades utilizando la innovación técnica y tecnológica.

2.1.4. Medios de comunicación

2.1.4.1. Medios impresos

Con la invención de la imprenta por parte de Johannes Gutenberg, con la utilización de tipos móviles de metal, se logró imprimir el primer libro con pie de imprenta llamado Misal de Constanza en 1449.

Debemos resaltar que, aunque la imprenta vio la luz en 1450, no fue hasta el año de 1609 que aparecieron los primeros periódicos semanales, esto es, un siglo después del nacimiento de la imprenta.

Los medios impresos contemplan una variada información sobre diferentes temáticas de interés social. Los impresos se consideran publicaciones que son editadas habitualmente con una regularidad diaria o mensual; simbolizan el periodismo que da preponderancia a la actualidad, a la información y en muchos casos a la reflexión por parte de los lectores.

Se entiende también como el conglomerado de publicaciones impresas en un papel que cumple la función principal de transmitir informaciones actualizadas y entretener a la sociedad.

Los medios de comunicación son de relevancia para las decisiones que tomen las personas en su día a día. Los medios impresos han venido transformándose, como Guillamet (2013) nos menciona no es el fin, sino más bien, estamos al final de un ciclo evolutivo tras cuatro siglos. Pero no es solo de hablar de evolución, sino que también se ha mencionado de la desaparición de los medios impresos.

2.1.5. Emplazamiento

Es conformar la estructura básica de todos los elementos que componen un medio impreso, aunque esto podría cambiar si existiesen necesidades concretas de esas páginas, siempre y cuando respetemos el diseño y el estilo general.

Para realizar un emplazamiento correcto se debe tener en cuenta la suma de varios conocimientos tipográficos y la suficiencia visual para que una serie de elementos, supuestamente desconocidos, se entrelacen para facilitar la lectura del medio impreso a la sociedad.

Martín Aguado citado por Jesús Canga (1994) nos dice que es “el cálculo concreto y distribución exacta, dentro del periódico, de todas y cada una de las informaciones, con arreglo al plan general de diagramación.”

Con una posición errónea de alguna información en un sitio con poca visibilidad o abundante competencia para los lectores que queremos atraer, significará un fracaso y por consiguiente pérdida monetaria del medio impreso.

Julio Bravo (2012), en su libro “La rosa de los vientos”, comenta sobre el emplazamiento diciendo que dentro de la página: “lo más importante debe ir en la parte superior de la página y en la columna de salida”. Esto permite dar una armonía y composición de la información, procurando jerarquizar y darle importancia a la información.

Ahora bien, Canga Jesús (1994) dice:

La técnica que permite determinar la situación de un conjunto de elementos impresos (textos e ilustraciones) y no impresos (blancos) sobre la superficie de un espacio gráfico (página) con el fin de estructurar, jerarquizar y facilitar la legibilidad de las informaciones periodísticas. (pág. 26)

Aunque esto no solamente es para distribuir las informaciones sobre el papel, sino también nos ayuda a jerarquizarlas y emplazar por su orden de importancia y dejar en claro cuáles son las prioridades de la redacción a la hora de valorar una determinada nota informativa.

Para lograr comunicar efectivamente, se debe transmitir económica y claramente, con una legibilidad intacta, conforme con el tamaño del espacio otorgado. Además, debemos guiarnos por el contexto de las noticias del día y del carácter social que implique. Establecer una comunicación con coherencia, provechosa para el lector.

Para todo esto, Jesús Canga (1994) nos dice que debemos optar por la claridad y funcionalidad.

- Claridad: se lo logra distribuyendo mejor las informaciones sobre el espacio de una página, empleando más blancos para tener una clara diferenciación de los distintos bloques informativos, jerarquizando la noticia, facilitando la legibilidad, comprimiendo elementos sueltos por medio de recuadros para separarlos entre sí.

- **Funcionalidad:** anulando todo lo superfluo, permitiendo que cada componente de la página ejecute su cometido dentro del aglomerado y consiguiendo una coherencia a lo largo de todo el periódico.

Se debe ocupar solo lo necesario lo que nos permitirá economizar tiempo y adaptarse a nuevos cambios que surgiesen de forma rápida.

2.1.6. Diagramación

Es la palabra que se emplea para referirse al diseño periodístico. Podemos interpretarlo como la distribución armónica de todas las piezas que componen las páginas de los medios impresos. Tratar de equilibrar las ilustraciones, textos, espacios en blanco, fotografías, entre otros elementos.

Logrando una precisa armonía y cumpliendo el objetivo de nuestra editorial, garantizaremos la adquisición de nuestro producto. Juega mucho el dicho de que la mayoría de personas juzgan un libro por su portada, por tal motivo es que la portada debe estar perfectamente diagramada.

La diagramación es potencialmente compleja, es la composición de como estructurar la información, la destreza está en el trabajo global, la jerarquización de contenidos para atrapar al lector.

Para Aguado M. citado por Canga J. diagramar es “definir los elementos fundamentales de presentación que configuran la personalidad de una publicación. La diagramación es la ordenación y valoración de todo el material de redacción-textos, ilustraciones y anuncios- que conforman la estructura de un diario.” (1994, pág. 24)

2.1.7. Elementos de ayuda gráfica

Estos elementos nos ayudarán a tener una imagen desde el periodista hacia el discurso informativo y o desde el punto de vista del diseño.

Desde la perspectiva de Francisco Sancho (2004. Pág., 176), la información gráfica en la que el analista debe estar pendiente es:

- **Fotografía:** Debe determinar que función cumple, como puede ser:
 - **Fotonoticia:** encierra en sí misma la información.
 - **Documental:** nos puede servir como prueba o autenticación informativa.
 - **Simbólica:** representa una realidad global, conlleva connotaciones.

- Ilustrativa: nos pueden servir la de archivo.
- Retrato: una representación grupal o individual.
- Costumbrista: son situaciones de la vida cotidiana.
- Humorística: recopila anécdotas o curiosidades.
- Especializada: se busca por el lado artístico, por tema o tratamiento.
- Ilustración: pueden ser de este tipo:
 - Tablas: cuadros que nos permiten representar variaciones, como tabla de datos, barras, pastel de datos.
 - Diagramas: uso para organigramas, normalmente tienen más texto que ilustración.
 - Mapas: para determinar una localización.
 - Infogramas: aclaran algún acontecimiento o como sucedió algún hecho.

“Las demás ilustraciones como pictogramas, caricaturas, iconogramas, entre otros, solo debe ser estudiado en caso de que cumplan una función informativa y no simplemente ornamental. Es necesario reiterar en que se trata de un análisis informativo, no artístico”. (Sancho F. 2004. Pág., 177)

2.1.8. Formatos

2.1.8.1. Sábana

Considerado un formato más grande y usado tradicionalmente por los diarios y medios internacionales; sus medidas comprenden entre 35 y 45 cm de ancho y los 56 y 66 cm de alto.

Una de las mayores ventajas que podemos tener con este formato es que podemos incluir mayor número de informaciones, cumpliendo una jerarquización en base a la necesidad informativa.

Jesús Canga nos menciona aspectos generales de las páginas y la manera de llevar las informaciones a las secciones establecidas (1994):

Al contener más texto en cada página, se hace innecesario el corte del texto y la continuación de la información en páginas siguientes, con la excepción de las llamadas en primera página y que remitan a páginas interiores. (p. 54)

Además, este formato nos ayuda a poder lustrar cada noticia con fotografías, imágenes o datos estadísticos que permitan una mayor sincronía en la página.

2.1.8.2. Tabloide

Es un formato más pequeño y más versátil. Comprende las medidas que oscilan entre los 25 y 30 cm de ancho y los 40 y 45 cm de alto; se lo viene considerando como un formato ideal para la prensa diaria.

Este formato nos permite tener una vista general de todo el diario, además que podemos realizar una organización más clara y coherente del contenido que el anterior.

Sobre este formato, Canga Jesús (1994) aclara que “Dada su menor superficie, requiere menor esfuerzo por parte del lector para leer al posicionar la vista de forma prácticamente inmediata sobre el lugar elegido”. (p. 55)

De igual manera sus textos son más cortos lo que posibilita una redacción más ágil y concisa que no molesta al lector con una extensión desmesurada de las informaciones.

2.1.9. Géneros periodísticos

Son los modos de comunicación establecidos y reconocidas en la sociedad, una norma para establecer los procesos de comunicación. Hay autores que los establecen como jerarquías que construyen la realidad.

Para Gutiérrez, citado en Moreno (2000), sostiene que “los géneros periodísticos son modos convencionales de captar y traducir la realidad. Las reglas por las que se rigen son bastante flexibles y admiten muchas variedades”. (p. 4)

Lo fundamental es que cada uno de los géneros cumple una función en común y abarca un sector amplio que va desde la noticia hasta el editorial.

A continuación, se presenta una clasificación de básica de géneros, como son informativo, de opinión e interpretativo.

2.1.9.1. Géneros Informativos

Su función principal es relatar los hechos, reflejando lo más imparcial posible, sin añadir criterios u opiniones; entre ellos está la nota informativa, entrevista, crónica, reportaje.

2.1.9.1.1. Nota Informativa

Es aquello que ocurrió y está por ocurrir, y que por sentido del periodista tendrá un gran impacto y repercusión social.

Fontcuberta, citado en Moreno menciona que noticia procede de la palabra *nova*, que significa cosas nuevas. Su función es la de informar sobre un acontecimiento noticioso. (2000, pág. 4). Mientras otros autores manejan la idea de que noticia es todo aquello que se le interesa publicar al director de una dirección de noticias.

Martínez Albertos por su parte, puntualiza a la noticia como un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que puede ser masivo, una vez que haya sido recogido, interpretado y valorado por las personas que controlen el medio de comunicación.

Para estructurar una nota informativa se debe tener en cuenta los aspectos de tiempo y espacio a los que debe ajustarse el periodista, así, el método más común para esto se conoce como pirámide invertida.

Las primeras líneas corresponderán a datos más relevantes de la información y que esto permita tener al lector una idea general de lo que sucede. Seguidamente se desarrollará la nota, dando paso a los datos secundarios que den soporte y veracidad a la información sin perder el sentido de la noticia.

2.1.9.1.2. La entrevista

Género informativo, mediante el cual, el periodista entra en contacto con el entrevistado, sea este un profesional o persona común que nos proporcione algún tipo de información ya sea por su cargo local o por sus declaraciones.

La entrevista tiene como sentido dar a conocer mediante la reproducción de la imagen, palabras, actos una situación, un hecho, entre otros. La entrevista es algo más que una simple conversación; se entiende a la entrevista como un mecanismo comunicacional en el que el entrevistador tomaría el lugar del emisor, mientras que el público-lector es el receptor y el medio por el cual se difunda la publicación hará las veces de canal.

Una de las formas más generales de establecer una entrevista es transcribir las preguntas y respuestas en el orden en que se desarrolla la misma, o también iniciar con una pregunta

y en la respuesta del entrevistado, buscar la idea que nos permita establecer una interrogante, para continuar con la conversación.

Esta forma de comunicación centra su total atención y propaga toda su atención a las declaraciones de algunos personajes, generalmente públicos, que aportan una imprescindible cantidad de datos que justifiquen la publicación del artículo en el medio informativo.

2.1.9.1.3. La crónica

Uno de los géneros que más ha trascendido en la literatura clásica, empleada por escritores griegos y romanos, que lo interpretaban como narraciones de aquellos acontecimientos bélicos que los contaban sus propios protagonistas o testigos. Hasta que nació el periodismo, se conocía a la crónica como propiedad del mundo de la historia y de la literatura; tenía relatos ricos en términos expresivos y valoraciones personales que en muchos de los casos se acercaba más a la ficción y se alejaba de la realidad.

El uso de la crónica tiene lugar en los países latinos, y aquellos periodistas que los empleen tienen la obligación de realizar una serie de modificaciones con la intención de redirigir el género hacia los lineamientos de la información de actualidad.

La crónica es el principal componente periodístico para lograr que las secciones de los medios impresos se transformen en escenarios para la narración novedosa y original.

2.1.9.1.4. El reportaje

Este género puede contener otros géneros en su estructura narrativa, primordialmente la entrevista.

La palabra reportaje proviene del término francés *reportage*, pero varios estudios realizados lo relacionan más al término latino "*reportare*" que significa anunciar, contar, llevar una noticia; por esto se dice que el aspecto esencial es la narración.

Rojas Avendaño, citado en Moreno (2000): "es el género que permite una mayor capacidad de expresiva individual y la experimentación de nuevas formas y que partiendo de la exigencia de la objetividad y de la fidelidad a la realidad, admite plena libertad de tratamiento". (p. 10)

Según Rojas “el reportaje brilla sobremanera cuando la sociedad pasa por momentos de tensión: guerras, huelgas, cataclismos, epidemias, o trata de reflejar la vida diaria de un grupo o de una persona”. (pág. 10)

El reportaje en cierto punto es un escape a la rutina informativa, el reportaje no pretende descubrir noticias, sino más bien profundizar en ellas; es profundización que permite un análisis e interpretación en el modo en que se presentará y desarrollará la noticia, aunque en la sala de redacción, su escritura será más diluida.

Además, se debe tener en cuenta que, al mencionar el reportaje, se refiere a hechos e ideas informativas más no a asuntos literarios; no es necesaria la inmediatez como en la nota informativa, puede especializarse en la inmediatez de la información y a buscar lo permanente y humano.

Ayuda a fomentar de mejor manera los recursos expresivos que cada medio puede ofrecer.

Parte de una presentación que capte la atención del lector, posteriormente los datos se redactan con el mismo impacto que la presentación para no agobiar al lector, se puede jugar con modismos o detalles anecdóticos que profundicen en el personaje del relato. Para concluir, se cierra con una frase contundente y fuerte que recopile la idea inicial y que resalte el tema central del reportaje.

2.1.9.2. Géneros de Opinión

Se lo emplea para dar a conocer punto de vista e ideas en contraste con los hechos ocurridos. Sus pensamientos pueden estar aferrados a valores, sentimientos del creador de los textos y no estar en relación con los sucesos.

Se puede encontrar la columna de opinión, cartas al director, nota de opinión, editorial.

2.1.9.2.1. Columna

Se considera a la interpretación personal que el periodista hace a sobre algún suceso o hecho de interés general. Se diferencia de la crónica porque no hace de la información el eje fundamental de la nota, esta incluirá datos complementarios que sustenten su interpretación.

También contiene datos subjetivos por lo que siempre esta cuenta con su firma, permite emplear un estilo personal, en muchas de las veces independiente al estilo editorial del medio.

2.1.9.2.2. Editorial

Expresamente delata la línea editorial del medio, por lo cual no cuenta con una rúbrica, excepcionado los casos en los que su autoría es del secretario, jefe o director de redacción del medio de comunicación.

Moreno Espinosa, citado por Sánchez (2015) menciona que “el editorial es el género de opinión que registra mayor uniformidad y criterios fijos entre los profesionales al escribirlos” (pág. 84). No existe una tipología de editoriales establecidas, más bien depende de la línea editorial, pero si se ha tomado como principal característica la brevedad.

2.1.9.2.3. Nota de opinión

Maneja temas de actualidad y es escrita casualmente por cualquier periodista o persona entendida en alguna temática de interés ya sea por encargo del medio o por su propia decisión. Si la nota de opinión es escrita por un personaje, al pie de la nota se incluirá su profesión y cargo, si los tuviese.

2.1.9.2.4. Cartas al director

Es una fracción fija con título inalterable, en el cual se publican opiniones o informaciones por dinámica del lector; este puede ser de manera personal que contiene nombre, apellido y si es el caso en representación de alguna institución.

El periodista encargado de esta sección será la persona que seleccione, corrija su redacción, reducirla o sintetizarla si fuera el caso que fuese extensa.

2.1.9.3. Géneros Interpretativos

Este género se encuentra paralelo entre los dos anteriores géneros, informativo y de opinión. Por medio de este género el modelo de información presenta visiones específicas de los temas. Contiene un gran número de información, para luego ofrecernos conclusiones concretas y que el lector tenga la capacidad de entender los hechos.

Pretende aclarar el sentido a las noticias que se encuentran dispersas. Una de sus funciones es mostrar al lector una correcta armonía de los hechos, darle claves de por qué ocurrieron así las cosas y no simplemente describir que las cosas pasaron.

2.1.9.3.1. Reportaje interpretativo

Cuenta con una combinación de los factores esenciales de los géneros informativos que se emplean en los de opinión. Lo que pretende el periodista es contar los hechos de actualidad añadiendo puntos de vista, juicios de valor; lo comprenderemos más como asuntos subjetivos en lugar de objetivos.

2.1.9.3.2. Entrevista interpretativa

Elemento por el cual se recopila la información, un factor que lo determina es que se usa el modo narrativo para obtener textos más completos y eficaces que el de pregunta-respuesta.

2.1.9.3.3. Crónica interpretativa

Comprende a la narración de una nota informativa a la que se añade ciertos elementos de interpretación, aunque suena contradictorio frente a los sucesos completamente informativos.

2.1.9.4. Géneros de Entretenimiento

Como su nombre lo dice, busca “entretener”, este género no busca relatar sino divertir y distraer al lector. Puede contener tiras cómicas, horóscopo, juegos, entre otras.

2.1.10. Fuentes de Información

Para Herbert Hans, citado por Ruiz y Albertini (2008): las fuentes son “los actores que el periodista observa o entrevista, incluyendo a los entrevistados que salen al aire o son citados en los artículos periodísticos, y aquéllos que solo suministran información básica o sugerencia para historias”.

La prontitud y la aparición de las nuevas tecnologías influyen de manera acelerada en la producción de contenidos informativos; cada vez más, el trabajo periodístico está siendo desplazado a segundo plano para priorizar la exclusividad en el menos tiempo. Así, poco a poco se está terminando con uno de los principios más importantes en periodismo, la contratación de la información.

Por muchos años se ha manejado la idea de que las fuentes de información son los aquellos que nos otorgan simplemente datos o argumentos a los periodistas para realizar nuestras notas informativas que serán para los lectores.

Para Mayoral J. (2005): “Las fuentes no acostumbran a aportar información a los periodistas por generosidad y altruismo. Actúan, más bien, llevadas por la ambición de prefabricar un relato de los hechos”. (p. 2) Obtenemos los datos que han sido observados o conocidos por las personas que conocen de un tema o evidenciaron algún suceso, mas no nos entregan datos que comprueben la veracidad de sus palabras.

La información que se obtiene siempre debe ser contrastada y debe ser veraz, pero lo que le genera más interés al lector es que la información que le aqueja a su entorno cumpla con los requerimientos importantes.

2.1.10.1. Clasificación de las fuentes

Según Camps S. y Pazos L. en su libro: “Así se hace periodismo, manual práctico del periodista gráfico” (1996) nos menciona esta clasificación:

2.1.10.1.1. Observación directa

Sucede cuando el comentarista está en el lugar donde sucede, sucedió o sucederá el incidente, los primeros datos se obtienen de los que él mismo ha observado, sin perjuicio de que se deba realizar entrevistas. (p. 73)

2.1.10.1.2. La gente

En este punto encontramos varias categorías según Camps y Pazos (1996, p. 78)

- Protagonistas: es indispensable conocer a los implicados en el hecho, son aquellas personas, instituciones que son generadores de la noticia.
- Entrevistas telefónicas: conocemos que es imposible entrevistar a todos los actores de información cara a cara; así, alguna de las entrevistas se realiza vía telefónica desde la redacción, sucede cuando tenemos que obtener información de funcionarios, políticos, autoridades que no nos concedan la entrevista.
- Voceros y jefes de prensa: generalmente son periodistas o comunicadores que se dedican exclusivamente a la relación con los medios de comunicación; pueden estar reunidos en secretarías, departamentos o dirección de prensa.

Algunas de sus funciones son preparar conferencias de prensa, canalizar las inquietudes de la prensa local e informar a medios a través de gacetillas, boletines, comunicados.

- Contactos: la mayoría de periodistas cuentan con una agenda fuentes de información, conocidos como contactos. Regularmente son jefes de prensa, funcionarios públicos.
- Agencias de prensa: conformadas por licenciados en comunicación o periodistas, que son conocedores de los medios de comunicación, tipo de información y enfoque que puede interesarles o datos sobre el funcionamiento de medios.
- Periodistas de otros medios: colegas de otros medios, diferentes ciudades poseerán información de primera mano sobre sucesos de interés general. La solidaridad entre periodistas es habitual y es posible contar con sus informaciones para concretar nuestro trabajo.

2.1.10.1.3. Los documentos

Entendemos por documento a todo tipo de material visual o sonoro que proporcione datos acerca del suceso. Con mucha frecuencia es la fuente principal de informaciones, podemos mencionar a decretos y ordenanzas, comunicados, leyes, entre otros. Así lo mencionan Camps y Pazos (1996, p. 90)

- Cables: son datos obtenidos y enviados por agencias noticiosas ya sean nacionales o internacionales.
- Documentos propiamente dichos: textos que están completamente comprobados como leyes, proyectos de leyes, decretos, informes, folletos, entre otros.
- Documentos no convencionales: son materiales escritos que en determinado momento pueden servirnos como función periodística de documentos.
- Archivos informatizados: varios medios tienen los archivos periodísticos de notas publicadas, con esta gran ventaja los redactores pueden acceder desde sus monitores.
- Redes informáticas: nos proporcionan una inmensa cantidad de información por medio de sus bancos de datos, además, de la conexión a redes de organismos públicos, universidades, bibliotecas, etc.
- Fotos: pueden tener datos informativos que nos ayuden a aseverar la información.

2.1.10.1.4. Otros medios

Las noticias desde el momento en que suceden se dividen en varias aristas las cuales son los medios de comunicación los encargados de proporcionar a la sociedad causando en el pensamiento comentarios, polémicas, presentan nuevas informaciones, entre otros.

Con el tratamiento de las noticias por parte de los medios de comunicación nos invitan a confrontar las versiones.

- Radio: en ocasiones las estaciones radiales graban sus contenidos e invitan a la transcripción de sus notas, aquí se puede obtener datos como nombres de entrevistados, síntesis de las declaraciones vertidas, entre otros. (Camps, Pazos. 1996, p.106)
- Televisión: varios medios impresos cuentan con televisores o grabadoras para obtener informaciones o registrar sus programas. Los videos grabados permiten que el periodista los pueda emplear de distinto modo. (Camps, Pazos. 1996, p.107)

2.2. Variables

2.2.1. Variable Independiente

Criterios emplazamiento

2.2.2. Variable Dependiente

Medios impresos de Riobamba

2.3. Operacionalización de variables

Tabla 1. Operacionalización de las variables

Variables	Conceptos	Categorías	Indicadores	Técnicas e instrumentos
Variable Independiente: Criterios de emplazamiento	Según Eva Salgado “el emplazamiento se refiere a la contigüidad de una nota con otra que pueden incluso contrarrestar la información de aquella o aumentar su peso específico”. (2013, pág. 10)	Texto informativo Imágenes Contexto	Medios impresos Contenido Lenguaje periodístico	Técnicas Análisis de contenido Entrevistas Instrumentos Guía de entrevista Matrices

Variable Dependiente: Medios impresos	Son todas las publicaciones en impreso que tienen como finalidad informar; la mayoría de ellos son altamente influyente en la ciudadanía, los medios impresos tienen un efecto más duradero, pues se puede volver a sus ediciones anteriores para citarla, analizarla y compararla.	Diseño periodístico Publicaciones Interés social	Medios impresos Géneros periodísticos Lenguaje periodístico	Técnicas Análisis de contenido Entrevistas Instrumentos Guía de entrevista Matrices
--	---	---	--	--

Elaborado por: Adán Chacater

3. METODOLOGÍA

3.1.Métodos

3.1.1. Método Científico

En esta investigación se empleará el método científico ya que nos permitirá comprobar los modos en los que trabajan los diseñadores de los medios impresos Los Andes y La Prensa.

Este método nos permitirá conocer las formas de diseñar que han venido aplicando los medios impresos, teniendo en cuenta conceptos y teorías, esto nos permitirá comprobar toda la investigación que hagamos.

Según Sosa-Martínez citado en Maya (2014) dice que este método ha sido definido como un “procedimiento racional e inteligente de dar respuesta a una serie de incógnitas, entendiendo su origen, su esencia y su relación con uno o varios efectos”. (p. 13).

Lo más importante es que por mediante este método logremos tener información imparcial, relevante y confiable.

3.1.2. Método Analítico

En el presente proyecto de investigación se empleará el método analítico ya que se interpretará y se investigará de la manera más minuciosa la información acerca de los criterios de emplazamiento de los medios de comunicación impresos de Riobamba.

Para Gutiérrez-Sánchez, citado en Maya este método es aquel “que distingue las partes de un todo y procede a la revisión ordenada de cada uno de los elementos por separado”. (p. 14)

Consiste en la desarticulación de un todo, descomponiendo sus partes para analizar las causas y efectos de lo sucedido.

3.1.3. Método Inductivo

La base de este método será la argumentación, que nos ayudará a tomar las conclusiones; iniciará con un estudio de manera individual de los diseños para obtener un universo de criterios en base a los emplazamientos de los medios impresos.

Para Maya, este método es “el razonamiento mediante el cual, a partir del análisis de hechos singulares, se pretende llegar a leyes. Es decir, se parte del análisis de ejemplos concretos que se descomponen en partes para posteriormente llegar a una conclusión”. (2014, p. 16)

3.1.4. Método Deductivo

Por medio de este método analizaremos los criterios de emplazamiento utilizados por los medios impresos Los Andes y La Prensa, para primero obtener generalidades y luego sacar particularidades.

Para Cano, citado en Maya (2014):”es una forma de razonamiento que parte de una verdad universal para obtener conclusiones particulares. [...], el método deductivo se contrapone a la inducción”. (p. 15)

Además, nos posibilitará explicar las particularidades, por medio de análisis de teorías de diseño, principios y postulados para sustentar las ideas establecidas.

3.2. Tipos de investigación

3.2.1. Investigación Descriptiva

Este método nos permitirá describir la forma en la que se están presentando los medios impresos Los Andes y La Prensa, además, conocer su diseño editorial y manera en la que se estructura la información.

3.2.2. Investigación de Campo

Mediante la investigación de campo revisaremos si se ha modificado la manera en la cual los medios impresos Los Andes y La Prensa de Riobamba despliegan sus ediciones en los periodos de tiempo determinados.

3.2.3. Investigación Bibliográfico-Documental

El método Documental lo emplearemos porque debemos sustentar en datos bibliográficos que nos permitirán fundamentar los criterios de emplazamiento utilizados por los medios impresos Los Andes y La Prensa de Riobamba.

3.2.4. Investigación Cualitativa

Esta investigación será de tipo cualitativo ya que deberemos verificar la estructura en la cual los medios impresos Los Andes y La Prensa se presentan al público, conocer como su contenido influye en la impresión de los lectores de la ciudad.

3.3.Población y muestra

3.3.1. Población

Esta investigación es de carácter cualitativo, por tal motivo no es necesario obtener una muestra ni conseguir la población para el presente trabajo.

3.3.2. Muestra

Esta investigación es de carácter cualitativo como se explicó en el epígrafe en el artículo del universo.

3.4.Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Entrevista

Por medio de esta técnica emplearemos un cuestionario de preguntas planteadas con anterioridad que tengan relación con el tema de la investigación, como puede ser un jefe de equipo editorial que sea entendido en emplazamiento.

3.4.2. Análisis de contenidos

El análisis de contenidos nos permitirá analizar la manera en la que los medios impresos presentan sus publicaciones, conocer la estructura y modos de establecer las presentaciones para los lectores, además de la producción periodística que muestran los periódicos de la ciudad de Riobamba.

3.4.3. Revisión documental

Esta técnica de investigación nos permitirá revisar cada uno de los medios impresos para establecer las características que analicemos y mostrarlas en las matrices establecidas de acuerdo a factores de diseño periodístico y categorías periodísticas.

3.4.4. Matriz de Análisis de Contenidos

Por medio de esta metodología se realizará un cuadro de contenido informativo en el cual se ubicará los titulares de la información encontrada, así como también la fecha de publicación, las secciones, páginas entre otros aspectos claves para la presente investigación.

La matriz de análisis de contenidos nos ayudará a establecer el nombre del medio impreso, número de ejemplar, número de páginas, qué características tiene y la forma de estructurar las páginas.

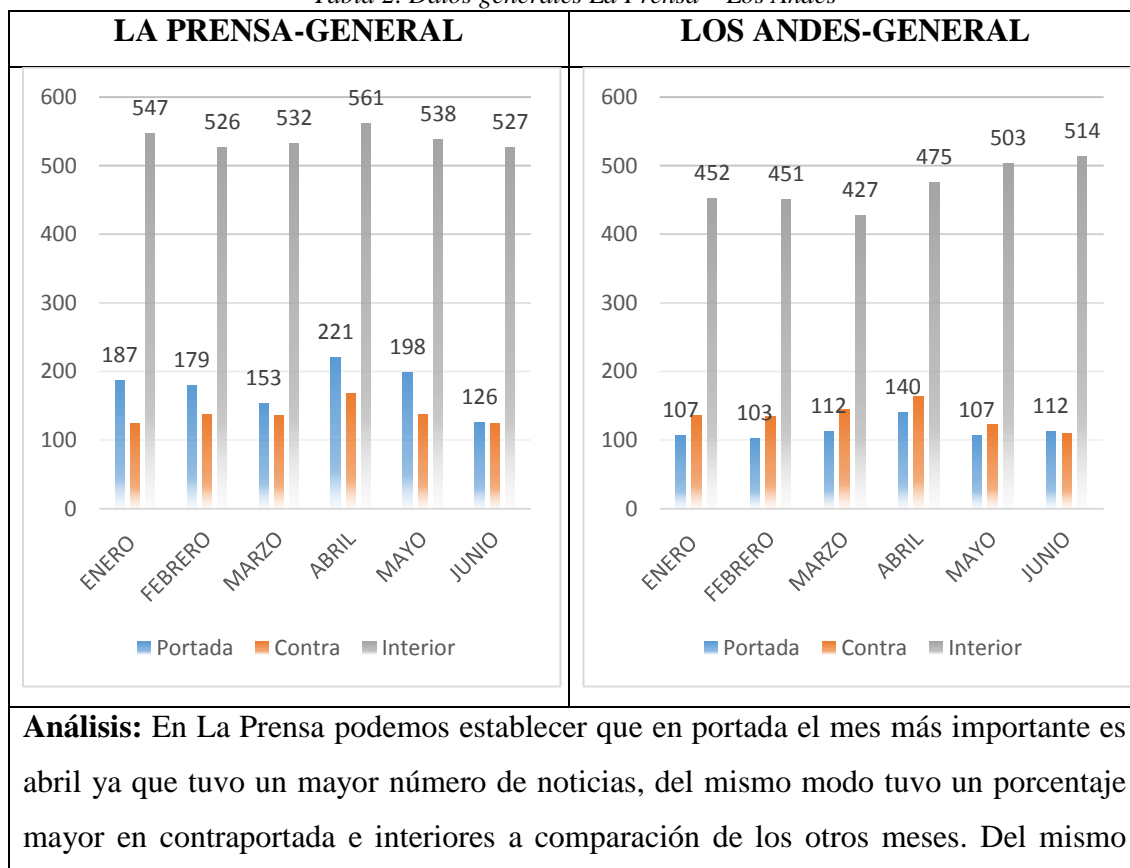
3.4.5. Guía de Entrevista

Es un documento el cual tiene los temas, preguntas previamente establecidas y que nos servirán de guía para ir desarrollando la entrevista de manera amena y cordial.

3.5. Técnicas de análisis e interpretación de la información

3.5.1. Análisis e interpretación de resultados del análisis de contenidos

Tabla 2. Datos generales La Prensa – Los Andes

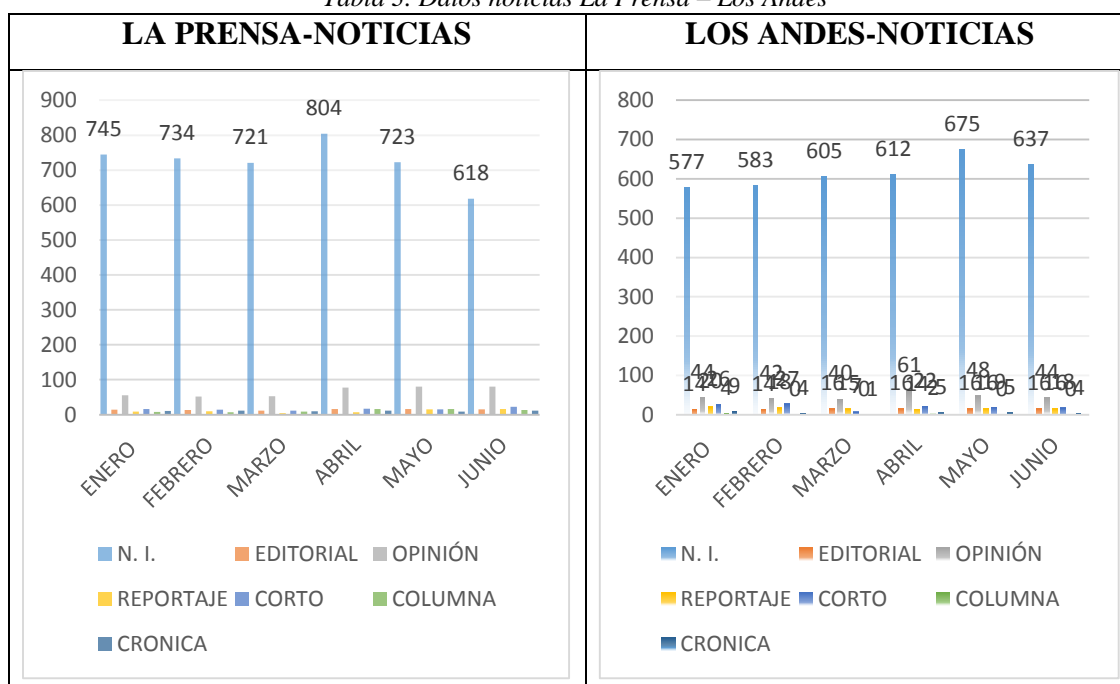


modo, Los Andes presenta un mayor número de notas en portadas, contraportadas e interiores en el mes de abril.

Interpretación: Los dos medios impresos de la ciudad centran con mayor magnitud su actividad periodística en el de abril puesto que se conmemora un año más de la independencia de Riobamba y se realizan gran cantidad de eventos noticiosos en la ciudad.

Elaborado por: Adán Chacater

Tabla 3. Datos noticias La Prensa – Los Andes

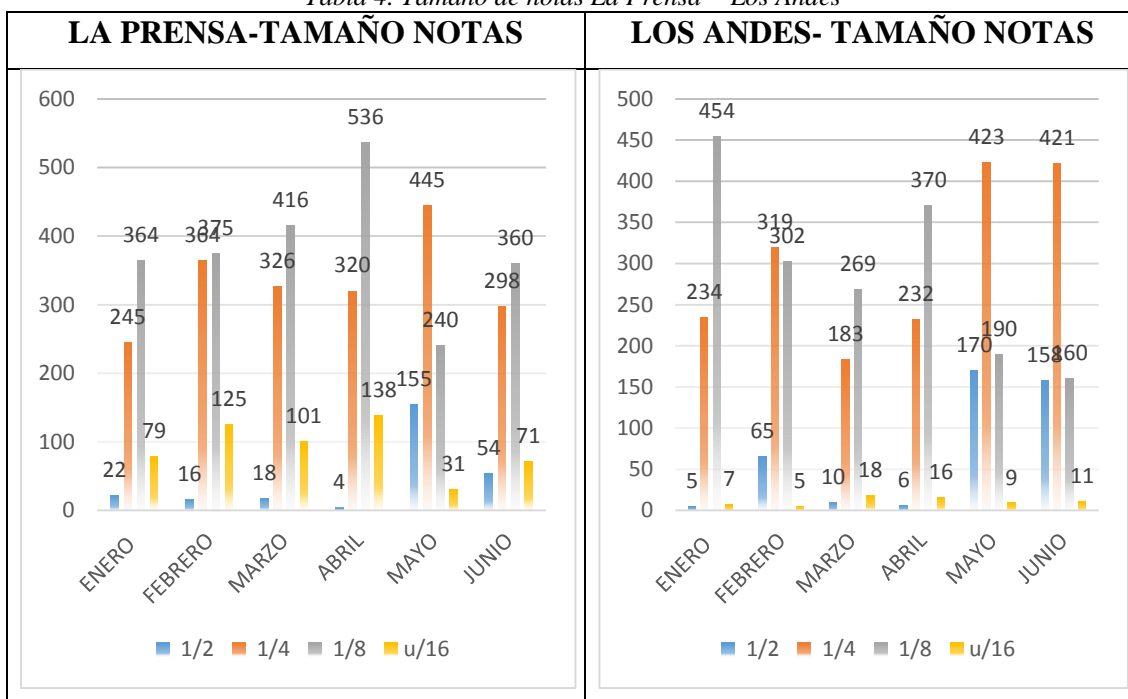


Análisis: En La Prensa al igual que en Los Andes el porcentaje de notas informativas es superior a otros géneros informativos y el mes de abril genera mayor información entre notas informativas, editoriales, opinión, reportaje, corto, columna y crónica.

Interpretación: Los medios impresos generan mayor contenido en notas informativas aunque no dejan de lado el uso de otras maneras de transmitir noticias como reportajes, crónicas, entre otras.

Elaborado por: Adán Chacater

Tabla 4. Tamaño de notas La Prensa - Los Andes

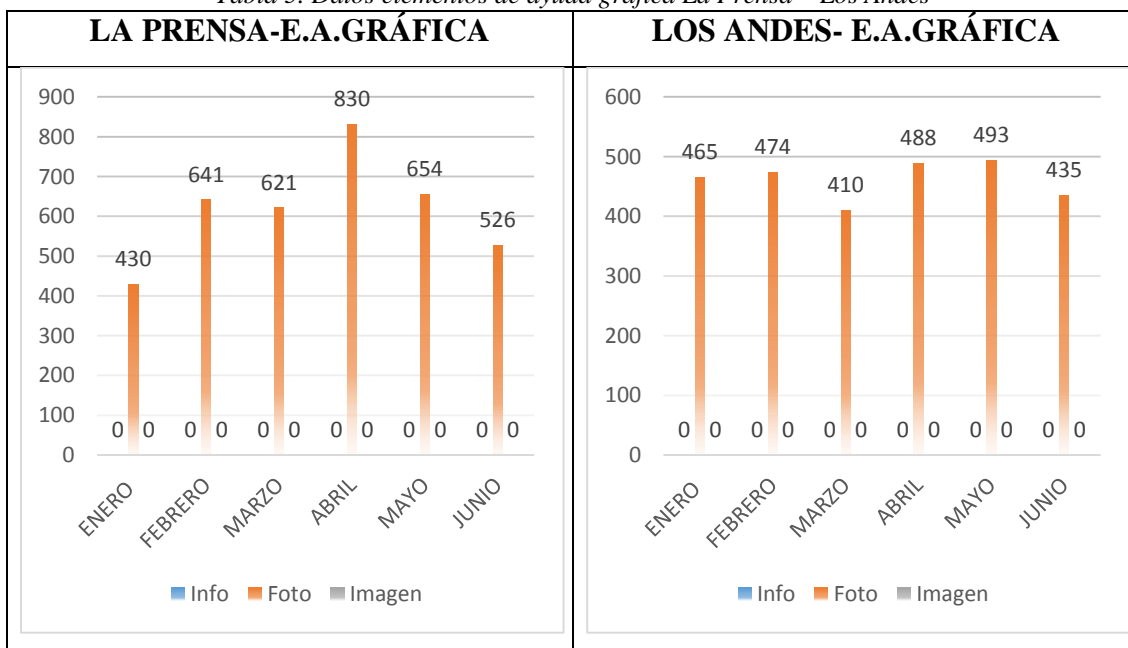


Análisis: Los tamaños que ocupan en las páginas varían dependiendo los datos que obtengan los periodistas de cada medio. En La Prensa 1/8 es el espacio más empleado al igual que en Los Andes que varía con 1/4 de tamaño.

Interpretación: La obtención de información al momento de realizar el ejercicio periodístico hace que las medidas permanezcan en los rangos revisados, además esto genera que el lector no se distraiga o se aburra con la información.

Elaborado por: Adán Chacater

Tabla 5. Datos elementos de ayuda gráfica La Prensa – Los Andes

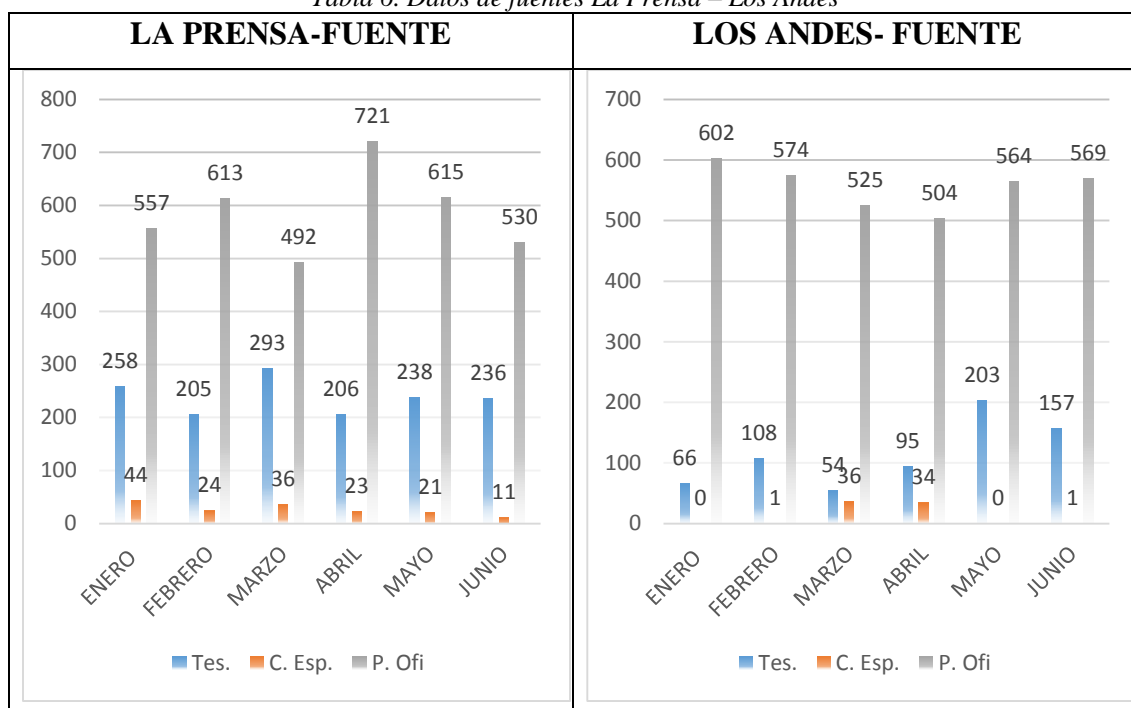


Análisis: El mayor porcentaje de noticias emplean fotografías para ilustrar su información, el mes que tiene mayor margen de uso de fotografías en La Prensa es abril y el más bajo es enero y en Los Andes, mayo es el mes más alto y marzo goza con un porcentaje menor.

Interpretación: Los elementos de ayuda gráfica en los medios impresos genera en el lector una perspectiva ilustrativa de como sucedió la noticia u observar de los problemas de los que se comentan en el texto.

Elaborado por: Adán Chacater

Tabla 6. Datos de fuentes La Prensa – Los Andes

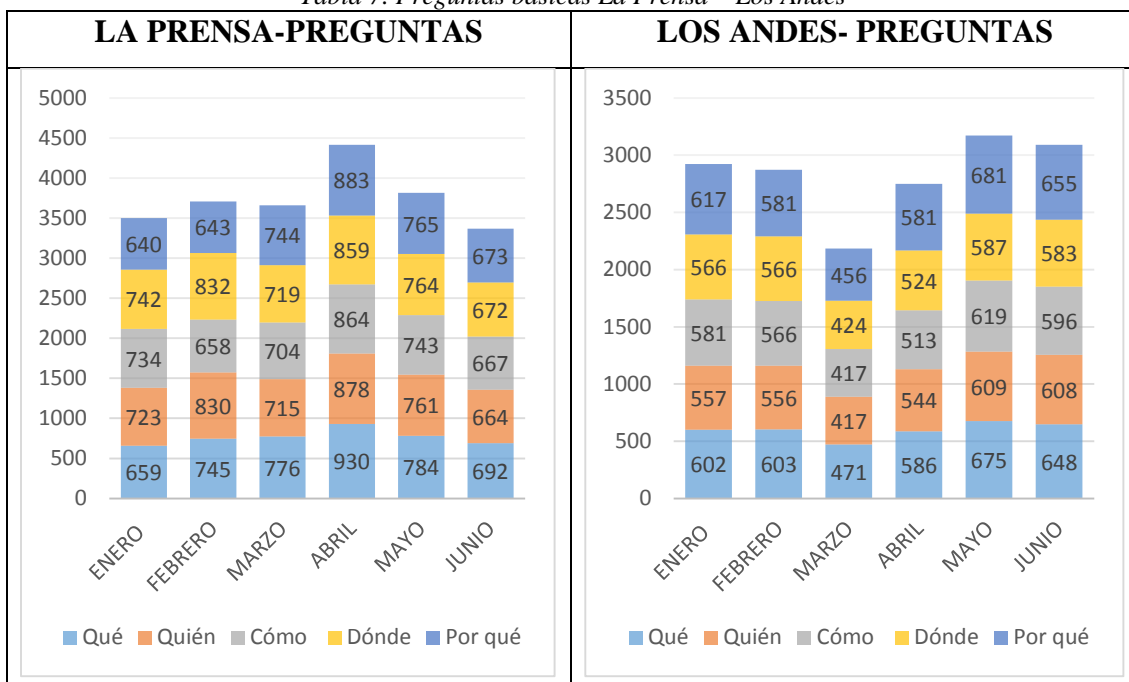


Análisis: En La Prensa, abril es el mes que más fuentes tiene divididos entre testimonial, criterio de un especialista y pronunciamiento oficial y el más bajo fue junio; mientras que, en Los Andes, el mes de enero contó un mayor porcentaje, y más alto es el pronunciamiento oficial y abril fue el mes con un menor porcentaje.

Interpretación: Los resultados demuestran que los medios impresos locales obtienen datos e información de entidades oficiales, y de direcciones autorizadas para brindar información de los sucesos locales.

Elaborado por: Adán Chacater

Tabla 7. Preguntas básicas La Prensa – Los Andes

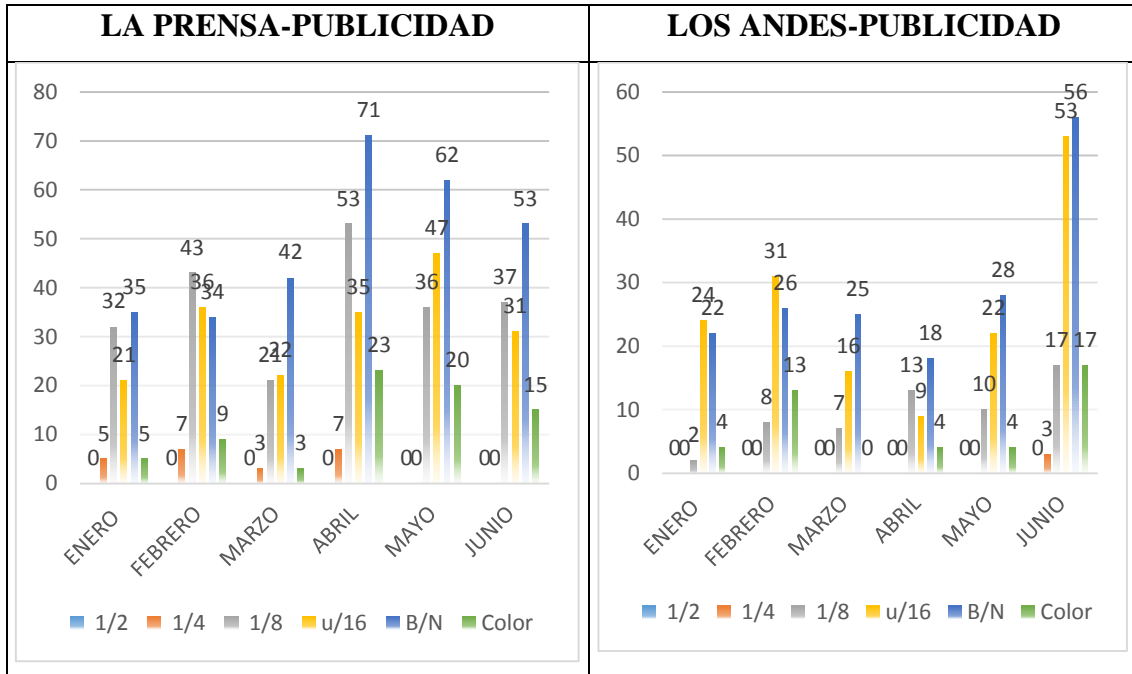


Análisis: La Prensa al momento de realizar la redacción de los sucesos informativos, en su afán por cumplir con las respuestas a las cinco interrogantes básicas del periodismo (Qué, quién, cómo, dónde, por qué) mayo es el mes que más tiene respuestas a estas interrogantes al igual que Los Andes, junio y marzo tienen un menor porcentaje respectivamente.

Interpretación: Mediante los datos obtenidos gran parte de las noticias de los medios impresos procura cumplir con la norma básica de dar respuesta a las cinco interrogantes (Qué, quién, cómo, dónde, por qué).

Elaborado por: Adán Chacater

Tabla 8. Publicidad La Prensa – Los Andes



Análisis: La Prensa genera un mayor número de publicidades en abril y menor en marzo; mientras que, en Los Andes, junio es el mes con mayor publicidades y marzo el que menos tiene.

Interpretación: Para los dos medios las publicidades son importantes porque representan un ingreso adicional a la empresa, por ello es que las publicaciones en las hojas de sus medios tienen un precio según el tamaño de la publicación.

Elaborado por: Adán Chacater

3.5.2. Análisis de contenido y evaluación de los parámetros de estructuración de la información de enero a junio del 2018

3.5.3. Ejemplo de matriz de los medios impresos La Prensa y Los Andes

Sección 1

Tabla 9. Matriz de análisis de contenidos La Prensa - Los Andes

Fecha	Pág	Portada	Contraportada	Interior	Titular	G. P.	Tamaño nota			
							1/2	1/4	1/8	u/16
30/6/2018	A1	X			Sigue la falta de agua en la urbe	N. Informativa			X	
30/6/2018		X			Ascensos en la Policía	N. Informativa		X		
30/6/2018		X			Inti Raymi con 4 días de agenda	N. Informativa		X		
30/6/2018		X			UE Tomás Oleas, cumplió 50 años	N. Informativa	X			
30/6/2018		X			Definiciones de CREO el 13 de julio	N. Informativa		X		
30/6/2018		X			Innovación marcó feria en la U de Chimborazo	N. Informativa	X			
30/6/2018		X			Hoy es la gran nacional de Biccross	N. Informativa	X			
30/6/2018	A2			X	Jubilados no descansan	N. Informativa		X		
30/6/2018				X	Sigue la lucha por las autopistas	Corto			X	
30/6/2018				X	Se prevé que sigan el frío estos días	N. Informativa	X			
30/6/2018	A3			X	El 13 de julio CREO presentaría sus candidatos seccionales	N. Informativa		X		
30/6/2018				X	CONDOLENCIAS					
30/6/2018	A4			X	Falta la formación de nuevos líderes	Editorial		X		
30/6/2018				X	Cambios en relaciones internacionales	Opinión	X			
30/6/2018				X	Realidad universal	Opinión		X		
30/6/2018				X	Hasta siempre	Opinión		X		
30/6/2018				X	Servicio al cliente	Opinión	X			

30/6/2018				X	De los secretos de la vida	Columna		X		
30/6/2018	A5			X	En parroquias rurales se entregaron obras	N. Informativa	X			
30/6/2018				X	Buses aún están a la carrera	N. Informativa		X		
30/6/2018				X	Barrios al sur de la ciudad con vías de tierra	N. Informativa	X			
30/6/2018				X	Varias opciones para escoger en vacaciones	N. Informativa		X		
30/6/2018				X	La Condamine sigue trabajando	N. Informativa		X		
30/6/2018				X	Aún existe falta de agua en la ciudad	N. Informativa	X			
30/6/2018		A6		X		Hay potencial por explotar	N. Informativa		X	
30/6/2018			X		Visitante pidió mayor control policial	N. Informativa	X			
30/6/2018			X		Oellqas o el registro de la cultura milenaria	Reportaje			X	
30/6/2018			X		GADM RIOBAMBA PUCO---					
30/6/2018	B1	X			Sepultados los tres periodistas	N. Informativa			X	
30/6/2018		X			Golpe incauta la coca de Guacho	N. Informativa		X		
30/6/2018		X			FERRISARIATO PUCO---		X			
30/6/2018	B2			X	Sesión solemne	Reportaje			X	
30/6/2018				X	Misión cumplida	N. Informativa			X	
30/6/2018	B3			X	Agenda para el Inti Raymi	N. Informativa		X		
30/6/2018				X	CONDOLENCIAS---					
30/6/2018	B4			X	Atender de lo mejor	Opinión		X		
30/6/2018				X	Chocolate y café del país se conocen en Palestina	N. Informativa			X	
30/6/2018				X	Fondos globales recortan posiciones	N. Informativa		X		
30/6/2018	B5			X	Alegría y lágrimas en la finalización de un ciclo	N. Informativa	X			
30/6/2018				X	Negociar los permisos de salida	N. Informativa		X		
30/6/2018				X	Banda rítmica ya es una realidad	N. Informativa		X		

Fuente: Diario Los Andes, La Prensa
Elaborado por: Guillermo Zambrano, Ramiro Ruales

Sección 2

Tabla 10. Matriz de análisis de contenidos La Prensa – Los Andes

E.A.Gráfica			Fuente			Preguntas					Publicidad					
Info	Foto	Ima	Test.	C. Esp.	Pro. Ofi	Qué	Quién	Cómo	Dónde	Por qué	1/2	1/4	1/8	u/16	B/N	Color
	X				X	X	X	X	X	X						
	X				X	X	X	X	X	X						
	X				X	X	X	X	X	X						
					X	X		X		X						
					X	X	X	X	X	X						
	X		X			X	X	X		X						
	X				X	X	X	X	X							
					X	X	X	X	X	X						
					X	X		X	X	X						
	X				X	X	X	X	X	X						
	X				X	X	X	X		X						
														X	X	
	X		X			X	X	X	X	X						
	X		X			X		X		X						
			X			X		X	X	X						
	X		X			X	X	X	X	X						
	X		X			X	X		X	X						
			X			X	X	X	X	X						
	X		X			X	X	X	X							

			X			X	X		X	X						
X			X			X		X	X	X						
X			X			X	X	X	X	X						
X			X			X		X	X	X						
X			X			X	X	X	X							
X			X			X	X	X	X	X						
X			X			X	X	X	X	X						
X					X	X		X	X	X						
													X			X
X					X	X	X	X	X	X						
X					X	X	X	X		X						
													X			X
X			X			X		X	X							
					X	X	X	X	X							
X					X	X	X	X	X	X						
					X	X	X		X	X						
X					X	X		X	X	X						

Fuente: Diario Los Andes, La Prensa
 Elaborado por: Guillermo Zambrano, Ramiro Ruales

3.5.4. Análisis e interpretación de entrevistas

Esta técnica de recopilación de información se ejecutó a 2 periodistas: uno de La Prensa y otro de Los Andes y el tercero fue un especialista en el tema del desarrollo de esta investigación. A continuación, se detalla la información obtenida por cada uno de los entrevistados.

- a) Licenciado Carlos Chimborazo – Diario La Prensa
- b) Licenciado Geovanny Carrasco – Diario Los Andes
- c) Máster Julio Bravo – Magister titular de la Universidad Nacional de Chimborazo

Entrevista		
I. Lic. Carlos Chimborazo		
II. Lic. Geovanny Carrasco		
PREGUNTAS	RESPUESTA A	RESPUESTA B
¿Cuáles son las características de emplazamiento que se debe tener en cuenta en una página?	<p>El diario tiene ya sus 27 años de vida, en el transcurso de ese tiempo ha ido cambiando, transformando su presentación, diagramación y su contenido en cuanto tiene que ver a la presentación de la información entonces, empezamos como medio tabloide, luego con el transcurso del tiempo hicimos un estándar, ahora es un periódico grande.</p> <p>La necesidad es de acuerdo a la tecnología, la evolución tecnológica que ha sido en los últimos 15 a 20 años que lo que vemos, la tecnología ha hecho que también vayamos transformando, buscando la manera de presentar a los lectores, que es una manera de atraerlos, que es lo fundamental</p>	<p>Las características de emplazamiento que nosotros en diario los andes manejamos es según las plantillas que ya se han diseñado previamente, en las cuales nosotros ya determinamos el espacio para cada noticias, dependiendo la importancia de la misma, en este punto ,si el periodista tiene una nota demasiado importante puede optar por las plantillas en las cuales nosotros ya tenemos diseñadas en el área de redacción, esto que implica, que le periodista puede llegar, obtener la plantilla con la cual puede utilizar mayor cantidad de fotos dentro de la misma nota, utilizar mayor cantidad de elementos de grafica como entresacados, recuadros, todo ese tipo de circunstancias que le</p>

	<p>para un medio de comunicación en este caso escrito.</p>	<p>ayuden a mejorar con lo que quiere llegar al público.</p> <p>Ahora, para esto nosotros contamos con varios modelos, los cuales el periodista puede contar con una nota principal, dos intermedias o en su caso una nota principal, una intermedia y dos cortos o también una nota principal y tres intermedias.</p> <p>Todo esto ayuda a que periodista tenga la facilidad y diversidad de redactar su noticia de la manera que mejor crea conveniente para llegar al lector.</p>
<p>¿Qué factores son los que se toman en cuenta para la preparación de las secciones de los andes/la prensa?</p>	<p>Nosotros tenemos dos secciones por el momento, antes teníamos tres, y además de eso tenemos los suplementos que editamos los días domingos que está dedicado a los niños, los lunes a la sección de deportes, el día martes sacamos un suplemento dedicado a los universitarios, el jueves sacamos un suplemento que está dedicado a la vida social de la ciudad. En todo caso son 3 secciones en esos días que se saca, son elementos importantes que se toman en cuenta, de acuerdo al nivel de lectura que existe.</p> <p>En el caso de hablenmos tenemos que subir el número de tiraje porque los niños son los que</p>	<p>La coyuntura que existe en el momento, la agenda de cada periodista y la agenda anual del medio de comunicación.</p> <p>¿Y la cita de planificación previa diaria?</p> <p>Si todos los días, pero la hacemos de manera ya no focalizándonos solo en decir vengamos acá y citémonos una hora, por lo general, nosotros ya desde el día anterior analizamos lo que ha sucedido durante el día, analizamos lo que ha publicado la competencia y respecto a ello si nos reunimos diariamente para analizar los temas que se van a abordar.</p>

	<p>utilizan ese tipo de material de impreso y cada uno de los suplementos tiene su contenido según los lectores, igual con los deportes, igual con los universitarios que son temas de investigación, en el caso de los sociales que es la parte social de la ciudad que vamos a los diferentes eventos sociales que hay y lo publicamos. Las caracterizas serían buscar según los lectores que tengamos para cada una de las secciones, claro, sin descuidar la lectoría que es diaria en las otras secciones que hemos visto en los últimos años la lectoría más interesante o la que más demanda es la crónica, la crónica roja especialmente, en cuanto a los heridos, los incendios, todas esas cosas son las que causan expectativa y hay número de lectores en ese sentido.</p>	
<p>¿Cuál es el promedio de noticias locales, nacionales e internacionales qué se ubican en las páginas?</p>	<p>Nosotros somos un medio más dedicado a la provincia, somos un medio más local, no descartamos las notas más importantes que se producen en el día en cuanto tiene que ver a la publicación del medio, pero quizás el 80% o 90% de las publicaciones de las noticias que se producen en el periódico son</p>	<p>Nosotros utilizamos la sección A netamente para noticias locales, esto implica la ciudad de Riobamba y la provincia de Chimborazo, en la sección B nosotros destinamos lo que es la parte regional, ahí salen publicadas las noticias de las noticias de las tres provincias en las que también circulamos como es Bolívar,</p>

	<p>de carácter local de Riobamba y de los cantones y para eso tenemos una persona que recorre los cantones, va de cantón en cantón, tenemos una persona que va de barrio en barrio, otros que hacen asignación de fuentes locales, que están en las instituciones públicas, en los eventos que se dan durante el día, hay otra persona que está dedicada a los establecimientos educativos, hay otro que está dedicado a los deportes y otras personas que estamos acá para coordinar y cubrir la información que hay en el día a día.</p> <p>Como digo no descartamos publicar noticias nacionales siempre y cuando sean de interés y de impacto, pero en el día a día no damos un espacio fijo para las informaciones internacionales o nacionales.</p>	<p>Cotopaxi y Pastaza además de la sección de interculturalidad; y en la sección C nosotros abordamos lo que es área deportiva, el área de clasificados, judiciales, el área de entretenimiento y en la última página ahí abordamos lo que es el área de noticias nacionales.</p>
<p>¿Cree usted que el criterio de emplazamiento que se utiliza en los medios es el adecuado para que los lectores no pierdan el interés en leerlo?</p>	<p>Creo que sí, todo depende del número de lectores, por ejemplo, a veces hacemos encuestas, investigaciones, preguntas, entrevistas a los lectores, cuales son los temas de interés que les impacta o que necesitarían, entonces, ellos son los que un poco nos orientan.</p> <p>Los voceadores nos ayudan mucho, por ejemplo, cuando les</p>	<p>Yo creo que vamos mejorando cada día y el medio de comunicación va a prendiendo también por que el lector evoluciona, el lector que nos leía hace 20 años no es el mismo que nos lee en la actualidad, entonces nosotros tenemos que ir evolucionando y adaptándonos a los nuevos lectores, en este sentido yo creo que el medio de</p>

	<p>preguntan si hay una noticia de impacto, sea de muerte de choque, de heridos, de volcamiento, véndanos un poco más el periódico porque ellos terminan, entonces ese es un termómetro de que la gente más le busca, el interés, aunque no sea importante con que sea interesante les parece a los lectores bueno.</p>	<p>comunicación si está encaminado en seguir manteniendo ese lazo con el lector y cada día acercarse más mediante las noticias que publicamos.</p>
<p>¿Cómo determinar la importancia de las notas informativas para que el lector se sienta atraído por esa información?</p>	<p>Vemos el nivel de impacto, cuando uno ve algo le impacta, un poco vemos con el equipo de redacción vemos que noticias tienes tú, cuales son las que más impacto tienen es la que determina la noticia del día, entonces siempre buscamos la que genere más interés en el lector y en general, ese es el proceso que hacemos para seleccionar la noticia más importante para poner nota principal, los avances noticiosos que van en las otras secciones y depende de la coyuntura del día a día, todos los días nos reunimos en esta mesa para clasificar en el día a día, y en la tarde también nos reunimos para ver cómo nos ha ido en el transcurso de la cobertura de la información y ahí definimos que noticia debe salir en la portada o que cosas más hay</p>	<p>Nosotros creemos que la noticia tiene tres cualidad la cual es impactar desde el titular, la otra desde la coyuntura y la tercera es desde la forma en la que nosotros damos a conocer la noticia, en ese sentido el periodista debe tener muy claro que debe redactar una noticia con responsabilidad, ética periodística, alejándose del periodismo de militancia por ejemplo y contrastando la noticia, siendo coherentes con la misma y siempre informando la noticia en el momento de manera eficaz y veraz.</p>

	<p>que profundizar o hay que hacer seguimiento a esas informaciones.</p> <p>A veces se cumple la planificación que tenemos en la mañana porque no ha surgido ningún inconveniente, pero hay ocasiones en las que también se puede cambiar la planificación de los temas.</p>	
<p>¿Con su conocimiento en distribución de información, cuantas noticias es recomendable poner en una página? Por qué</p>	<p>En los tamaños estándar generalmente ponemos entre 12, 14 noticias, o sea lo principalizamos como una noticia principal, una secundaria y una terciaria, pero las otras, por ejemplo las siete u ocho noticias son breves que nosotros los calificamos, son breves que son la manera de dar un poco de información para la gente que no tiene tiempo de leer las notas grandes o que no le interesa la nota grande y le interesa la pequeña; generalmente están distribuidas entre seis a doce noticias, tenemos una distribución de las paginas ya establecidas, entonces en reportero viene y escoge que maqueta le toca ese día o que le gustaría hacer, entonces, le damos esas opciones y distribuimos en esas tres notas principales (primaria, secundaria, terciaria) y el resto lo</p>	<p>En una página no más, según mi punto de vista, no más de cuatro noticias porque saturas al lector si pones más noticias y cada día los medios de comunicación lo que necesitamos es informar mejor, no es el que más información te proporciona es el que mejor te la da, sino el que te información de calidad, en este sentido, pueden revisar nuestro diario, no tienen más de cuatro noticias cualquier página porque creemos que tres es lo adecuado, cuatro dependiendo ciertas circunstancias pero si creemos que de ese número no se debe exceder.</p>

	desplazamos como breves noticias.	
<p>¿Usted considera que su medio de comunicación estructura su contenido pensando en la claridad y funcionalidad? Por qué</p>	<p>Porque si no pensamos en los lectores, si no pensamos en el desarrollo de una ciudad, un medio de comunicación es generalmente es un motor que genera el desarrollo de una ciudad, de una provincia, un país, entonces si nosotros no proponemos los temas adecuados nadie va a comenzar a hablar de ese tema, nadie se va a preocupar de esa situación.</p> <p>Recuerdo como ejemplo, hace algunos años empezamos a generar noticia todos los días lunes, viernes y domingos sobre la construcción de la carretera Riobamba-Macas, entonces, alguna noticia tenía que haber para publicar lunes, viernes o domingo, entonces si no teníamos noticias con las autoridades, teníamos noticia con la gente, con los transportistas o con la gente que había en ese trayecto. Interesábamos en mantener latente a la gente para que, en este caso las autoridades, se mantengan pendientes, o a veces poníamos un reloj en el diario, había una columna que se llamaba relojito, ahí decíamos</p>	<p>Si, nosotros desde hace un año acortamos el tamaño de nuestro medio de comunicación para la funcionabilidad de la lectura del usuario y para la calidad del contenido también porque tu cuando aboradas una noticia la quieres ver en ese momento, quieres tener las fotografías al alcance de tus ojos y los pies de foto también, en este sentido, si nosotros hacemos un poco más pequeño el diario y aumentamos un poquito más el tamaño de la letra tenemos mayor acceso a que vean toda la información que nosotros publicamos, entonces, diario Los Andes va evolucionando y si va dando con mayor claridad y funcionabilidad la información.</p>

	<p>“van 20 días que no se ejecuta la obra prevista por tal persona, van 21 días que no se ejecuta la obra prevista” hasta cuando ya se ejecutaba, ahí decíamos, por fin ya se hizo realidad la obra salía el reloj de la plantilla.</p> <p>Esa era una manera de presionar, de orientar, de guiar, hasta cierto punto de molestar, como decir una piedra en el zapato, esa era una manera de guiar a través del diario para que las cosas salgan pensando en el desarrollo de la ciudad de la provincia que es el objetivo que se persigue, a más de informar que es lo necesario y lo importante, educar también lo hacemos a través de los diferentes suplementos, estamos en las escuelas y que es lo fundamental para el medio.</p>	
<p>¿Por qué es importante ilustrar una noticia con elementos de ayuda gráfica?</p>	<p>Hacíamos un análisis, por ejemplo, podemos tener un buen tema, pero si no tenemos una buena fotografía y si no logramos una buena diagramación y si no ponemos una buena ilustración, ese tema perdería interés, de ley tiene que ir relacionado el contenido con la parte fotográfica, con la parte gráfica, en las infografías tenemos una planificación, sacamos todos los domingos un tema.</p>	<p>Porque cualquier persona que ve solo texto se aburre y la información, está comprobado científicamente, que ingresa mejor a la persona visualmente esto no solo quiere decir texto sino también elemento de ayuda gráfica, como usted lo cita, como imágenes, infografías, recuadros, en fin todo lo que podemos usar, un perfil por ejemplo en un jugador, todos esos elementos de ayuda grafica un medio de</p>

	<p>Es una forma de investigar y de dar a conocer en breves cosas que a la final podían ser escritas en toda la página con letras porque a lo mejor no tendría el mismo impacto, pero con la misma información sintetizamos con números, porcentajes, restas, sumas, división que se hace de los problemas se logra atraer a los lectores, hay que combinar las tres cosas, si tenemos un tema y no hay una buena fotografía pierde interés, de ley tienen que haber las tres cosas importantes.</p>	<p>comunicación es indispensable que lo maneje para llegar a mayor cantidad de lectores incluso y para aceptar una información de calidad.</p>
<p>¿Su diario impreso obedece a alguna línea política que controla su contenido y diseño general?</p>	<p>Creo que todos los medios tienen sus intereses, sus objetivos y su política de trabajo, siempre trabajamos alineados a algo no política, pero si a una política de acción, de trabajo, de desarrollo de la ciudad porque de ahí política partidista no lo hemos identificado, de tal manera que cuando vienen las temporadas de elecciones ponemos en la misma página a todos los participantes o candidatos por que el objetivo no es parcializar ni con uno ni con otro y a propósito que las leyes también nos obligan últimamente a decir que si se publica a uno tiene el mismo porcentaje el resto.</p>	<p>No, ninguno, nosotros nos basamos y respondemos a lo que el lector y la ciudadanía requiere, nosotros en ningún momento tomamos partido por ningún movimiento político o poder económico, nada de eso, nosotros nos limitamos a informar, educar y entretener a la ciudadanía.</p>

	<p>Entonces, todo el tiempo hemos sido así antes que venga la ley y mucho más ahora que nos exigen a través de unas normas que pueden estar bien o mal pero que a la final hay que cumplirlas.</p>	
<p>¿Mantienen una redacción especializada es decir editores y diseñadores en cada una sus secciones?</p>	<p>Es un diario pequeño y no salimos de los esquemas generales que tienen los grandes medios, tenemos editores para cada una de las secciones, hay un editor general, hay un editor para sección uno A, uno B, hay editor para cada una de las secciones como le comentaba en los suplementos, hay una persona responsable de lo deportivo, de la revista Hablemos, de la revista sociales, pero eso no quiere decir que no podamos contribuir todos en el trabajo, no es que esa persona haga todo, todos contribuimos para que el trabajo salga y salga bien, entonces cooperamos, si yo soy editor en una cosa, soy editor en el otro suplemento, nos intercambiamos de esa manera para que las cosas salgan de los mejor, porque como no hay muchos recursos tampoco no se pueden destruir de esa manera y los diseñadores, diagramadores están pendientes aquí a disposición del horario respectivo que ellos tienen para</p>	<p>No, aquí en diario Los Andes hay un editor general y cada periodista se encarga de redactar su página, lo que si tenemos es diagramadores para las paginas los cuales están distribuidos en su oficina, entonces la estructura seria la siguiente: periodistas que trasmiten la información a los diagramadores, ellos ya colocan las noticias o les dan las platillas, yo reviso la información, pasamos a un impreso en el cual yo reviso que este colocadas las fotos con las noticias que corresponden los pies de foto todo eso y de ahí pasa por prensa, pero no hay editor por sección ni por páginas, sino un editor general y los demás son periodistas y diagramadores.</p>

	<p>poder cumplir con las obligaciones que les corresponde.</p>	
<p>Análisis: En el transcurso de estas entrevistas pudimos entender varios factores en los cuales los medios de comunicación La Prensa y Los Andes trabajan al momento de elaborar sus ediciones diarias impresas. Conjugando varios elementos como texto, elementos de ayuda gráfica, espacios en blanco consiguen hacer un diario de venta diaria en la ciudad.</p> <p>El avance de la tecnología y los nuevos escenarios o públicos a los cuales se enfrentan hoy en día es más complejo al que se circulaban años atrás, y tal vez sea la inmediatez y la rapidez de proporcionar una información publican sus contenidos sin tener referencias de escritura correcta, uso de elementos de ayuda gráfica, todo esto se conjuga en cada uno de los diarios para que los lectores prefieran cada uno de los medios impresos.</p>		

*Tabla 11. Análisis de Entrevistas
Elaborado por: Adán Chacater*

a) Máster Julio Bravo– Docente titular de la Universidad Nacional de Chimborazo

PREGUNTAS	RESPUESTA
<p>¿Cuáles son las características de emplazamiento que se debe tener en cuenta en una página?</p>	<p>Primero, la ubicación de los contenidos, el apareamiento en orden jerárquico y eso depende de la trascendencia o la relevancia que tenga cada uno de los hechos.</p> <p>No todas las historias aparecen en primer lugar o como de apertura, según el criterio de emplazamiento, por el contrario, aquello que es más importante abre página y bajo esa consideración el criterio de emplazamiento debe tenerse en cuenta a la hora de estructurar las ediciones de un impreso.</p>
<p>¿Qué factores son los que se toman en cuenta para la preparación de las</p>	<p>Bueno, yo creo que en esos dos medios, uno, deberían responder a la agenda de cada medio, sin embargo no lo hacen, yo creo que toman en cuenta más bien la coyuntura, tampoco consideran el seguimiento porque muy pocos de los contenidos son producto de una primera entrega de otros, entonces</p>

<p>secciones de los andes/la prensa?</p>	<p>finalmente a mí me parece que es la buena voluntad de los editores o quizá la buena voluntad de los diagramadores, no diseñadores, porque, el diseñador considera el emplazamiento para darle orden a una página, el diagramador solo embute contenidos.</p>
<p>¿Cuál es el promedio de noticias locales, nacionales e internacionales que se ubican en las páginas?</p>	<p>Eso depende del tipo de medio, por ejemplo, si es que son en provincia, como en la nuestra, debe ser un 70 % lo provincial, lo local, lo urbano, y luego irlo combinando con lo nacional, lo internacional; lo deportivo tiene otro tratamiento y tiene espacios específicos.</p>
<p>¿Cree usted que el criterio de emplazamiento que se utiliza en los medios es el adecuado para que los lectores no pierdan el interés en leerlo?</p>	<p>Los medios locales no emplean el criterio de emplazamiento, porque no son páginas ordenadas y, al contrario, se evidencia que, quizá, al azar fueron escogidos los elementos para ubicar en las páginas entonces de lo observado no hay emplazamiento, porque no tienen las páginas estructuras.</p>
<p>¿Cómo determinar la importancia de las notas informativas para que el lector se sienta atraído por esa información?</p>	<p>Bueno, primero creo que el tema debe resolverse en la cita de planificación cada mañana, ahí es donde el editor con los periodistas establecen la jerarquía de cada uno de los contenidos, pero supeditados a la agenda del medio, no todo lo que es coyuntura es sujeto de aparecer en primer lugar en una página, entonces creo que es ese el momento en el que se define y no a la inversa, es decir, cuando se tienen todos los contenidos que van a ir al impreso, pues ahí recién se toma la decisión de que va primero.</p>
<p>¿Con su conocimiento en distribución de información, cuantas noticias es recomendable poner en una página? Por qué</p>	<p>Depende el tamaño del medio, si es un estándar es posible que nosotros pensemos en una de apertura, bueno para tabloides también, para los dos tamaños de impresos siempre habrá una de apertura porque por jerarquía es la más importante, en el caso del estándar, un par de intermedias y tres o cuatro cortos. Ahora para el caso de las intermedias y los cortos habrá que decidir también cuál de ellas lleva un elemento de ayuda gráfica, para que no sea árida la página, lo que se busca en este tiempo es esa interacción que sea más visual para los lectores, si tu presentas mucho texto corres el riesgo de que no lean y de que pasen la página.</p>

<p>¿Usted considera que estos medios de comunicación estructuran su contenido pensando en la claridad y funcionalidad?</p> <p>Por qué</p>	<p>Pues, yo creo que no, por lo que te decía hace un par de preguntas, no hay orden en la distribución de los contenidos y cuando no hay orden pues, aparece cualquier cosa en primer lugar, y los lectores lo saben, en este tiempo, ellos ya no miran encima encima lo que atraen los medios, se han formados un criterio de cómo deberían presentar los contenidos y reaccionan bajo eso, incluso se atreven a sugerir cual de esos debió haber abierto una página.</p>
<p>¿Por qué es importante ilustrar una noticia con elementos de ayuda gráfica?</p>	<p>Te hago una comparación, si tú en radio solamente tienes locución y no está acompañado por un audio, pierde credibilidad ese contenido; en televisión, si solamente es apareamiento ante cámaras del presentador o de la presentadora no tienes el sustento y la gente te dirá ¿estuvieron o no estuvieron en el lugar de los hechos?</p> <p>Lo mismo es para los medios impresos, el elemento de ayuda gráfica no embellece una edición, aporta información adicional, útil para que el lector pueda contextualizar el hecho, pero no pensemos en elemento de ayuda solo como una imagen, hay más de una docena de opciones que pueden, a la hora de definir el diseñador, emplearlas, pero siempre bajo la sugerencia del periodista que es el que reporteo, el que construyo el contenido y el que finalmente sugiere que elemento debe utilizar, en que forma, en que espacio y cuántos de ellos.</p> <p>Es ilógico también pensar que en un contenido aparecen los dos elementos de ayuda gráfica, eso debe ser racional, además.</p>
<p>¿Cree que Los medios La Prensa y Los Andes obedecen a alguna línea política que controla su contenido y diseño en general?</p>	<p>Haber, la línea política no influye en el diseño ni en el establecimiento, porque, eso pasa más por el criterio de los editores no por el tema de presentación de los contenidos, ahora, se evidencia la política cuando se incide en publicar o dejar de hacerlo un hecho, que eso es una cosa distinta en tu tema de investigación.</p>
<p>¿Mantienen una redacción especializada es decir editores y</p>	<p>Bueno yo creo que sí, porque, en los dos casos son licenciados en comunicación social y ellos tienen una formación, saben cómo estructurar los contenidos, como ubicarlos en las páginas, entonces yo creo que sí.</p>

diseñadores en cada una de sus secciones?	
<p>Análisis: Por medio de esta entrevista pudimos entender algunos factores en los cuales los medios de comunicación Los Andes y La Prensa fallan al momento de publicar sus contenidos; por el afán de comunicar y sacar sus ediciones diarias no se dan cuenta de los elementos que componen la conformación de un diario.</p> <p>Por medio de esta entrevista conocimos algunos de los aspectos esenciales que cada uno de los medios impresos no toma en cuenta, como el orden en la distribución de los contenidos y el no uso de los criterios de emplazamiento para proporcionar una información de calidad a la ciudadanía.</p> <p>El conocimiento de nuestro especialista nos brinda una realidad en la cual los medios de comunicación impresos locales fallan en el uso de algunas técnicas y principios periodísticos y aciertan en otros.</p>	

*Tabla 12. Análisis de Entrevistas
Elaborado por: Adán Chacater*

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En todo el análisis y construcción de resultados de este proyecto investigativo el objetivo principal es analizar los criterios de emplazamiento utilizados por los medios impresos Los Andes y La Prensa en el periodo enero-junio 2018, para lo cual se tuvo que realizar una revisión hemerográfica en la biblioteca municipal y también fue efectivo el uso de matrices construidas para analizar los medios impresos.

Conocer la calidad informativa de cada uno de los medios de comunicación impresos de la ciudad es lo que permite tener un desarrollo y un conocimiento general de la realidad social, entendiendo lo que dice Reyes (2003) el trabajo de los periodistas consiste en atender la interacción de la humanidad con su entorno directo, sin olvidar que la adaptación del periodismo frente a las tendencias y la evolución de las tecnologías hace cada vez más próxima la participación del público ante la producción periodística de los medios. Del mismo modo los directores de cada medio comparten el principio de educar a las personas con la producción de sus noticias diarias.

En torno al análisis de contenidos se pudo evidenciar que el género periodístico de nota informativa es empleado en un rango menor a los demás géneros periodísticos como crónica, reportaje, columnas, entre otros; también se busca jugar con otros géneros informativos, Diario Los Andes, por medio de su director de noticias, propone manejar varios géneros con su elemento de ayuda gráfica en todas sus informaciones.

En el Cuaderno de comunicación, Gumersindo Lafuente (2012) manifiesta:

En las redacciones vivimos angustiados por la creciente falta de recursos para lo que consideramos fundamental: Ser testigos directos y contar historias que le interesen a la gente. Ayudar a la sociedad a tener una mirada crítica sobre la realidad. Intentar explicar de una manera sencilla un tropel de acontecimientos complejos [...] Enfocar, contextualizar, analizar [...]. (p. 5)

Los periodistas de Los Andes y La Prensa intentan crear conciencia y formar un lector con un sentido de pensamiento crítico frente a las diferentes realidades sociales locales, nacionales o internacionales procurando ser lo más parciales y profesionales posibles.

El emplazamiento de cada uno de los medios impresos, según los directores de noticias de cada medio, se maneja en torno a plantillas establecidas donde el periodista puede

elegir la que más sea conveniente con sus temas. En cada una de las plantillas se establece el tamaño de la nota, el uso o no de elementos de ayuda gráfica.

Diario Los Andes ha modificado su modelo de presentar sus ediciones impresas, en la actualidad su tamaño se ha reducido y el número de noticias en las páginas varía de entre 3 o 4 y cada una llevará su elemento gráfico para ilustrar las notas, cosa que La Prensa no lo hace y más bien colocan demasiada información y en algunos de ellos no lleva elementos de ayuda gráfica.

En tanto que, la distribución de la información y a la conformación de las páginas debe manejarse de acuerdo al interés general de la colectividad, así lo manifiesta Julio Bravo (2012) en su libro *La rosa de los vientos*: “lo más importante debe ir en la parte superior de la página y en la columna de salida”. (p. 96). La jerarquización de la información, el suceso noticioso del momento llama la atención al lector que va a querer informarse.

En el desarrollo de las entrevistas se resaltó la evolución en el periodismo y que los medios impresos deben trabajar para atraer a los jóvenes a sus páginas y que no solamente manejen una información digital por medio de redes sociales.

Lafuente (2012) sostiene:

Lo que ocurre es que ahora las vergüenzas del periodismo son más públicas, más escandalosas, porque estamos en la era del control social de la información. Los lectores, los ciudadanos, se expresan y critican en las redes sociales, pueden hacer (y lo hacen) un control directo e intensivo de nuestro trabajo [...] Ahora los lectores tienen herramientas para auditarnos y estamos obligados a reivindicar nuestro oficio con el trabajo diario. (p. 7).

Hay que procurar tener fuentes confiables para que nuestras notas tengan un sustento alto de confiabilidad, fuentes verdades, además, el periodista debe inventarse hechos o sucesos con el fin de llamar la atención. De igual manera se coincidió con los entrevistados en el hecho de que las fuentes son el sustento principal de todo hecho noticioso.

Mantener una relación de confianza entre los medios de comunicación impresos y la ciudadanía, procurando proporcionar información verídica y completamente verificada sin tener que “inventar” notas informativas o noticias para llenar cada una de sus páginas.

5. CONCLUSIONES

- Los modelos en los cuales basan sus ediciones los diarios La Prensa y Los Andes y el contexto en el cual ellos publican sus ediciones es en base a plantillas establecidas previamente en sus medios impresos, donde cada uno de los periodistas tiene la opción de variar el modelo estético para crear una imagen aceptable para la ciudadanía.
- En el marco del analizar los criterio de emplazamiento de los medios impresos Los Andes y La Prensa logramos obtener diversos datos dentro del contexto periodístico, así pudimos entender que Diario Los Andes prefiere manejar un criterio en que calidad es mejor que cantidad colocando en las páginas de sus ediciones tres, máximo cuatro noticias, procurando brindar una información con el género periodístico más conveniente conforme al hecho noticioso, además de contar con elementos de ayuda grafica de buena calidad para que el lector no pierda el interés de su medio impreso. Mientras que en diario La Prensa, su matutino es de tamaño sábana, colocan en las páginas de entre ocho a doce noticias, intentando llenar sus ediciones con mucha información y de igual manera procuran colocar elementos de ayuda grafica para ilustrar sus noticias y que así el contenido sea más digerible para el lector.
- Se ha realizado una guía de utilización de criterios de emplazamiento para que su uso pueda ser tomado en cuenta por los medios impresos Los Andes y La Prensa.

6. RECOMENDACIONES

- Se recomienda que los medios impresos manejen un mejor sistema de organización para que las ediciones de los diarios tengan más aceptación por la colectividad, empleando técnicas y modelos de emplazamiento en cada una de sus ediciones impresas.
- La generación de información debe estar establecida en base a las citas de planificación previa respetando la coyuntura del día y tomando en cuenta géneros, tamaños, gráficos y fuentes al momento de pasar su información a las secciones correspondientes.
- Los próximos estudiantes de Comunicación Social tomen en cuenta la propuesta planteada sobre los criterios de emplazamientos para los medios impresos.

7. PROPUESTA

7.1.Propuesta comunicacional

Realizar una guía de utilización de criterios de emplazamiento para los medios impresos Los Andes y La Prensa, con la finalidad de que se maneje de mejor manera la forma de presentar sus ediciones impresas a la ciudadanía.

Esta guía busca generar características que permitan que los medios impresos locales puedan realizar su trabajo de una mejor manera, empleando normas generales de periodismo, para hacer una edición aceptable para los lectores.

En este trabajo revisaremos el uso de géneros periodísticos, elementos de ayuda gráfica, manejo de fuentes, tamaño de las notas, relevancia informativa y como transmitir una información coherente. Los actuales métodos de comunicación impresa han variado de acuerdo al avance tecnológico al que hemos estado sometidos, es así que, cada uno de los acontecimientos que puede intervenir en el día a día de las personas cree una conciencia con sentido crítico capaz de analizar los sucesos y hechos que se generan en la ciudad siendo un canal informativo responsable con los intereses sociales.

7.1.1. Objetivos de la propuesta

- Implementar una guía de utilización en los medios impresos Los Andes y La Prensa referente al criterio de emplazamiento de sus ediciones impresas.
- Proponer normas periodísticas que permitan generar una correcta realización de las diversas informaciones diarias.

7.1.2. Propuesta comunicacional

La “GUÍA CRITERIOS DE EMPLAZAMIENTO PARA MEDIOS IMPRESOS” proporcionará elementos básicos, normas y principios para la correcta realización de hechos noticiosos en prensa escrita.

7.1.3. Propuesta editorial

La “GUÍA DE USO GENERAL PARA MEDIOS IMPRESOS” constará con los aspectos que se detallan en los siguientes puntos.

7.1.3.1.Nombre de la propuesta

“GUÍA DE USO GENERAL PARA MEDIOS IMPRESOS”

7.1.3.2.Especificaciones generales

Papel: Couche: 300 gramos/150 gramos

Blanco – negro/ color: Color

Tamaño: A5 (148x210mm)

Tipografía: Raleguy/Raleguy Bold

Tamaño de la tipografía texto: 10

Tamaño de la tipografía título: 48

Letra capital primera palabra: Si

Reticularidad: 1 columna (determinado por InDesign).

7.1.3.3.Distribución de páginas

<i>Portada</i>	Nombre de la guía
<i>Página N° 2</i>	Vacía
<i>Página N° 3</i>	Índice
<i>Página N° 4</i>	Secciones de un diario impreso
<i>Página N° 5</i>	Redacción del texto noticioso
<i>Página N° 6</i>	Estilo periodístico
<i>Página N° 7</i>	Elementos de ayuda gráfica
<i>Página N° 8</i>	Elementos compositivos de medios impresos
<i>Página N° 9</i>	Referencias
<i>Página N° 10</i>	Contraportada

Tabla 13. Distribución de páginas
Elaborado por: Adán Chacater

8. BIBLIOGRAFÍA

- Ayala, E. (2012). *La prensa en la Historia del Ecuador: Una breve visión general*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Buitrón, D., Astudillo F. (2005). *Periodismo por dentro*. Quito: Quipus.
- Bravo, J. (2014). Artículo “La encrucijada de la Comunicación Periodística”. *Revista Reflexiones* N.- 8. Ecuador.
- Bravo, J. (2012). *La rosa de los vientos*. Riobamba: editorial Casa de la Cultura Ecuatoriana núcleo de Chimborazo.
- Camps, S., Pazos, L. (1996) *Así se hace periodismo. Manual práctico del periodista gráfico*. México: Paidós.
- Canga J. (1994). *El diseño periodístico en prensa diaria*. Barcelona: Bosch Casa Editorial.
- Do Campo, D. (2015). *Corriente de la comunicación de masas II – La Teoría funcionalista*. Bogotá, Colombia: Revista Grupo Interamericano de la Reflexión científica.
- Edmond, M., & Dominique, P. (1992). *La interacción social. Cultura, instituciones y comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Fernández, J. (1991). *Información periodística especializada*. Madrid: Paulinas.
- Gomis L. (1991). *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.
- González, L. E. (2013). *Psicología social*. Guadalajara: Helénica S.A.
- Gutiérrez, L. (2006). Análisis de la calidad informativa, primer paso hacia el cambio. Palabra-Clave, 29-56.
- Guillamet, J. (2013). "Periodisme i història, en un canvi de cicle", *Comunicació: Revista de recerca i d'anàlisi*, VOL.30 (1): p. 11-14.
- Kircher, M. (2005). *La prensa escrita: actor social y político, espacio de producción cultural y fuente de información histórica*. revista de historia, 118. Obtenido de

<https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=http://170.210.83.53/htdoc/revele/index.php/historia/article/viewFile/219/210>

Lafuente, G., Nafría, I., Cervera, J., (2012). *¿Cómo hemos llegado hasta aquí?*. Cuadernos de comunicación, 7. Obtenido de: <https://www.blogdelmedio.com/wp-content/uploads/2014/09/cuadernos7-1.pdf>

Lafuente, G., Salavarría, R., Esteban, Ch., Cobo, S., Sánchez, J., Nafría, I. y Cervera, P. (2012). *Cuaderno de comunicación Evoca. El futuro del Periodismo*. Madrid: Evoca

Leñero V. – Marín C. (1986). *Manual de Periodismo*. México, Edit. Grijalbo-séptima edición.

López, O. (2002). *La observación de medios en la construcción de una comunicación sostenible*. Revista Palabra Clave.

Lopera D., Ramírez C., Zuluaga M., Ortiz J. (2010). *El método analítico*. Medellín.

Maya E. (2014). *Métodos y técnicas de investigación. Una propuesta ágil para la presentación de trabajos científicos en las áreas de arquitectura, urbanismo y disciplinas afines*. México.

Mayoral J. (2005). *Fuentes de información y credibilidad periodística. Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Obtenido de: <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0505110093A/12446>

Mena, L. (2009). *Periodismo y Comunicación, Diferencias y Relaciones*. Uncategorized.

Montero, M. (1993). *La información periodística y su influencia social*. Barcelona: Labor, S.A.

Moreno P. (2000). *Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional*. Obtenido de: https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/67346/revista-comunicacion-ambitos-05_169-190.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Palanco López, N.M. (2009). *Historia del periodismo, en Contribuciones a las Ciencias Sociales*. Obtenido de: www.eumed.net/rev/cccs/06/nmpl6.htm

Paoli A. (1997). *Comunicación e información*. Paidós Comunicaciones.

- Pastor, L. (2006) *Un análisis de las cartas al director en diarios de referencia internacional. Comunicación y Sociedad*. Obtenido de: <http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/8304/1/20090630090200.pdf>
- Pérez C., Gutiérrez D., Sánchez T., & Zurbano B. (2015). *El uso de fuentes periodísticas en las secciones de Política, Economía y Cultura en el Periodismo de Proximidad Español*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico.
- Piaget, J. (1980). *El estructuralismo*. España: Oikos
- Reyes, F. (2003). *En torno al debate sobre la definición del periodismo ambiental*. Revista Internacional de Comunicación, 143-151. Obtenido de: <http://hdl.handle.net/11441/52292>
- Rivera, D. (2012). *Breve Historia de la prensa en Ecuador. El aporte de Laja*. Quito: Chasqui
- Romanini, V. (2015). *La contribución de Peirce para la teoría de la comunicación*. Obtenido de: [https://www.researchgate.net/publication/280048978_La_contribucion_de_Peirce_p ara_la_teor%C3%ADa_de_la_comunicacion](https://www.researchgate.net/publication/280048978_La_contribucion_de_Peirce_para_la_teor%C3%ADa_de_la_comunicacion)
- Ruiz A., Albertini E. (2008). *Fuentes periodísticas; concepto, clasificación y modos de uso*. Revista Tram[p]as de la Comunicación y Cultura.
- Salgado E. (2013). *La realidad por escrito. Reflexiones en torno al análisis del discurso periodístico*. México.
- Serrano, J. (2006). *Información religiosa especializada*. San Pablo: Biblioteca Digital de la Universidad CEU.
- Sánchez A. (2015). *Análisis de los géneros periodísticos en la prensa escrita y la prensa digital. Nuevos géneros y formatos en internet*. Sevilla: Universidad de Sevilla
- Sancho F. (2004). *En el corazón del periodista*. Pamplona: Eunsa
- Uña O. (2015). *Teorías y modelos de la comunicación*.

Van Dijk, T. (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Obtenido de: <https://linguistica2013.files.wordpress.com/2013/11/van-dijk-teun-la-noticia-como-discurso.pdf>

Vargas, A. (2016). *Prensa escrita y religión en República Dominicana: estudio comparativo del comportamiento de la información religiosa en tres diarios*. Santo Domingo: Ciencia y Sociedad.

Viguera, R. (2010). *Prensa católica e ideología, algunos ejemplos de la segunda mitad del siglo XIX*. New York: Brocar.

ANEXOS

Modelo de Entrevistas



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Banco de preguntas previo a la obtención del Título de Licenciado de Comunicación Social

Entrevistador: Adán I. Chacater Ll.

Entrevistados:

- Licenciado Carlos Chimborazo – Diario La Prensa
- Licenciado Geovanny Carrasco – Diario Los Andes
- Máster Julio Bravo – Magister titular de la Universidad Nacional de Chimborazo

Preguntas:

1. ¿Cuáles son las características de emplazamiento que se debe tener en cuenta en una página?
2. ¿Qué factores son los que se toman en cuenta para la preparación de las secciones de los andes/la prensa?
3. ¿Cuál es el promedio de noticias locales, nacionales e internacionales que se ubican en las páginas?
4. ¿Cree usted que el criterio de emplazamiento que se utiliza en este medio es el adecuado para que los lectores no pierdan el interés en leerlo?
5. ¿Cómo determinar la importancia de las notas informativas para que el lector se sienta atraído por esa información?
6. ¿Con su conocimiento en distribución de información, cuántas noticias es recomendable poner en una página? - por qué?
7. ¿usted considera que su medio de comunicación estructura su contenido pensando en la claridad y funcionalidad? – por que
8. ¿Por qué es importante ilustrar una noticia con elementos de ayuda gráfica?
9. ¿su diario impreso obedece a alguna línea política que controla su contenido y diseño en general?
10. ¿Mantienen una redacción especializada es decir editores y diseñadores en cada una sus secciones?

Modelo de la matriz de análisis de contenidos

SECCIÓN 1

Fecha	Página	Portada	Contraportada	Interior	Titular	Género periodístico	Tamaño nota			
							1/2	1/4	1/8	u/16

SECCIÓN 2

E.A.Gráfica			Fuente			Preguntas					Publicidad					
Infografía	Foto	Imagen	Testimonial	Criterio Especialista	Pronunciamiento Oficial	Qué	Quién	Cómo	Dónde	Por qué	1/2	1/4	1/8	u/16	B/N	Color

Fotografías

