

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

Memoria técnica del producto comunicativo:

**Elaboración del periódico semanario “Amazonia” para  
los cantones de Morona y Sucúa de la provincia de  
Morona Santiago.**

Trabajo de grado previo a la obtención del título de  
Licenciada en Comunicación Social

Autor:

**Carolina Elizabeth Román Sanmartín.**

Tutor:


**Jorge Francisco Galán Montesdeoca**

Cuenca-2015

## CERTIFICACIÓN

Licenciado Jorge Galán, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, certifica haber revisado y dirigido el trabajo de titulación sobre el tema: "Elaboración del periódico semanario "Amazonia" para los cantones de Morona y Sucúa de la provincia de Morona Santiago", que fue elaborado por la estudiante Carolina Elizabeth Román Sanmartín bajo mi tutoría, habiendo cumplido con los requisitos metodológicos, teóricos, prácticos e investigativos correspondientes.

Después de la revisión, análisis y corrección respectivos, autorizo su presentación para la sustentación del trabajo de titulación.



Lic. Jorge Galán.

TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Cuenca, julio de 2015

## RESPONSABILIDAD

La estudiante Carolina Elizabeth Román Sanmartín se responsabiliza de los contenidos teóricos y prácticos del presente trabajo de titulación, previo a la obtención del grado de Licenciada en Comunicación Social.



Carolina Elizabeth Román Sanmartín

## CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Carolina Elizabeth Román Sanmartín declaro ser autor del presente trabajo de titulación y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Salesiana y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

De igual manera, cedo los derechos de propiedad intelectual de este producto de grado a la Universidad Politécnica Salesiana, por constituir un proyecto académico desarrollado en calidad de estudiante de este centro de estudios superiores.

Autorizo, además, a la Universidad Politécnica Salesiana para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de grado en el repositorio digital, de acuerdo con lo que dispone el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.



Carolina Elizabeth Román Sanmartín

Largos días y delirantes noches dediqué a este trabajo de titulación, pensando en dos personas que han sido mi pilar, mi apoyo constante y a quienes dedico este trabajo. Papá y Mamá.

A mi padre, por querer parecerme en su valentía, esfuerzo y perseverancia.

A mi madre, por impulsarme a cumplir mis sueños y vencer retos, por aquellas tazas de café llenas de energía.

A mis hermanos, porque contagian y cultivan en mí las ansias por interrogar, saber y conocer. mi amado compañero, por su predisposición en aquellas madrugadas para leer y corregir, por ser quien soportó mis días agobiantes y sobre todo, por ser mi apoyo incondicional.

A mis amigos, Taty, Joan, Andrea y Jonathan, que dedicaron un poco de su tiempo para prestar su ayuda desinteresada.

Y a mí docente, Jorge Galán incondicional a los emails, interrogaciones y correcciones, por enseñarme a confiar en mi capacidad y pensamientos.

¡Gracias!

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	8
PRIMERA PARTE .....	9
ANTECEDENTES.....	10
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO: .....	11
MARCO TEÓRICO.....	13
1. Historia del periódico:.....	13
2. Géneros Periodísticos:.....	14
2.1 Noticia: .....	14
2.2 Reportaje: .....	15
2.3 Crónica: .....	15
2.4 Entrevista: .....	15
2.5 Editorial: .....	16
2.6 Columnas: .....	16
2.7 Reseña: .....	17
2.8 Fotografía:.....	17
2.9 Pie de Foto.....	17
3. Componentes de un Periódico: .....	18
3.1 Guía de Estilo: .....	18
3.2 Tipografía: .....	18
3.3 Secciones: .....	18
3.4 Diseño, Maquetación y Diagramación:.....	19
3.5 Publicidad:.....	19
JUSTIFICACIÓN.....	20
SEGUNDA PARTE .....	21
❖ IDEA:.....	22
❖ OBJETIVOS: .....	22
OBJETIVO GENERAL:.....	22
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:.....	22
❖ PÚBLICO OBJETIVO .....	22
TRATAMIENTO ESTÉTICO.....	23
INFORME DE INVESTIGACIÓN .....	25
1. Investigación: .....	25
2. Metodología de investigación:.....	25

<b>3. Muestra:</b> .....	25
<b>3.1 Tamaño de muestra del cantón Morona:</b> .....	26
<b>3.2 Tamaño de muestra del cantón Sucúa:</b> .....	26
<b>4. Resultados:</b> .....	27
<b>4.1 Análisis de mercado del cantón Morona:</b> .....	27
<b>4.2 Análisis de mercado del cantón Sucúa:</b> .....	34
<b>PRESUPUESTO</b> .....	40
<b>CRONOGRAMA</b> .....	41
<b>Estructura y secciones</b> .....	43
<b>Diseño y Maquetado</b> .....	45
<b>TERCERA PARTE</b> .....	51
<b>Producción de textos</b> .....	52
<b>Producción de fotografías</b> .....	54
<b>Diagramación</b> .....	55
<b>CUARTA PARTE</b> .....	60
<b>Informe de divulgación</b> .....	61
<b>Conclusiones</b> .....	62
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	63
<b>ANEXOS</b> .....	64
<b>ANEXO 1: Formato de Encuestas</b> .....	64
<b>ANEXO 2: Tarifario del semanario Amazonia</b> .....	66

## INTRODUCCIÓN

Varios sectores del país se encuentran aislados de medios de comunicación emisores de contenidos informativos imparciales y responsables, siendo esto un gran problema para la sociedad actual, debido a que en el campo del periodismo los medios de comunicación social son de gran importancia para el desarrollo de los pueblos.

Esta problemática se debe a la necesidad de adquirir propuestas por parte de profesionales en la comunicación. Es por ello, que como respuesta a esta necesidad y a través de un estudio empírico sobre el impacto que ocasionaría la creación de un medio informativo impreso en los cantones Morona y Sucúa, pertenecientes a la provincia Morona Santiago, el presente trabajo ostenta la elaboración de un periódico semanal denominado “Amazonia”.

Un producto periodístico metódicamente realizado a través de la investigación, analizado de acuerdo a periódicos existentes en la sociedad, ejercido por la labor periodística en el proceso de recopilación de información, y finalmente, diseñado, diagramado y maquetado acorde a lo aprendido en las aulas de clase.

El presente proyecto de titulación es realizado con el objetivo de satisfacer las demandas del público e impulsar el hábito de lectura a través de la redacción creativa y contenidos noticiosos de calidad, según los resultados obtenidos a través de un estudio de mercado realizado en el área de influencia.



# **PRIMERA PARTE**

## **ANTECEDENTES**

Morona Santiago es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador, una provincia de la Amazonía ecuatoriana. Está dividida políticamente por 12 cantones, 58 parroquias 13 urbanas y 45 rurales, y 1052 comunidades. Sus cantones son: Palora, Pablo Sexto, Huamboya, Morona, Taisha, Sucúa, Logroño, Santiago, Twintza, Limón Indanza, San Juan Bosco y Gualaquiza.

La provincia Morona Santiago tiene su primer medio de comunicación impreso en el año 2008, el semanario “La Randimpa” con cobertura provincial y circulación durante 7 años.

En la Provincia de Pastaza surge otro medio de comunicación impreso “El Observador” dedicado a la difusión de contenidos informativos en las Provincias de Pastaza, Napo y Morona Santiago.

Tras evidenciar la inexactitud en la labor periodística de los medios existentes en cuanto a responsabilidad, contrastación, imparcialidad, redacción y diseño. En junio del 2015, se presenta un nuevo proyecto comunicativo denominado “Amazonia”, con la visión y proyección de transmitir contenidos noticiosos desde la ética periodística, la responsabilidad y con un nuevo enfoque; de brindar a los ciudadanos de los cantones Morona y Sucúa información de calidad, transmitida desde el ejercicio de la profesión y con la capacidad de emitir información acorde a las demandas adquiridas mediante un estudio de mercado, que verifica la factibilidad de crear un nuevo medio de comunicación impreso.

## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

### PERIÓDICO SEMANARIO AMAZONIA

Este proyecto comunicativo consiste en la creación de un periódico semanal contenido por información contextualizada, investigada y verificada; reflejada a través de los diferentes géneros periodísticos y distribuidos de acuerdo a sesiones que son determinadas mediante un estudio empírico en la zona de influencia.

Para la elaboración del presente proyecto, se empezó por definir la locación geográfica donde se desarrolló un estudio de factibilidad del medio impreso.

A continuación detalle gráfico del área de influencia:

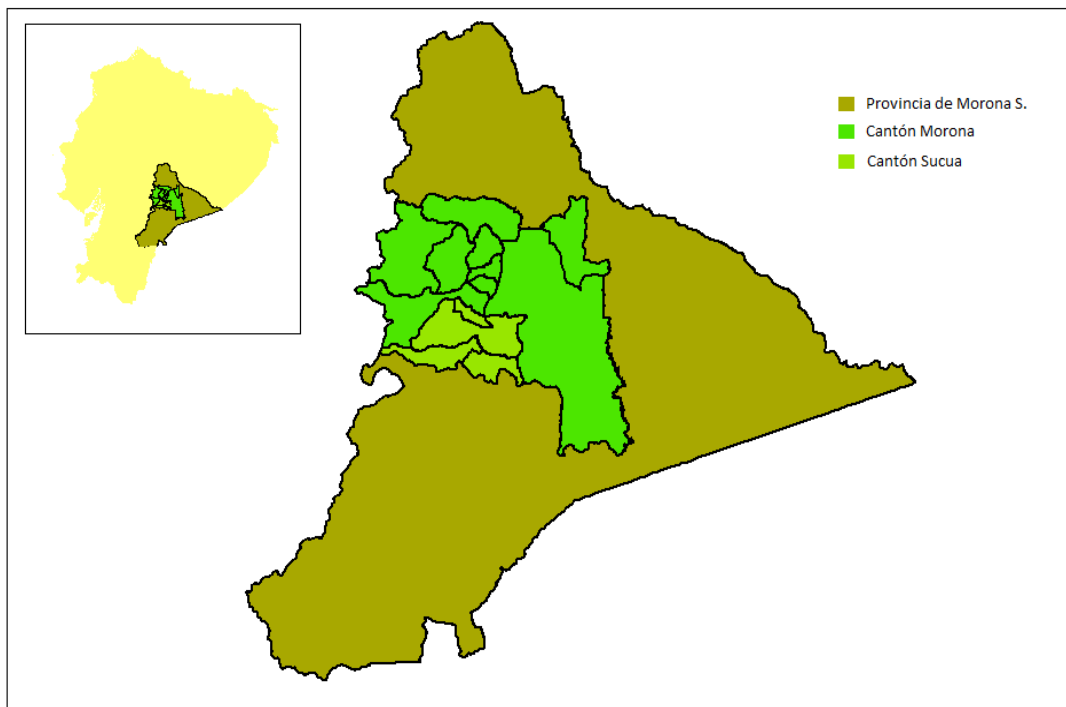


Gráfico 01: Área de Influencia: Cantones Macas y Sucúa, pertenecientes a la provincia Morona Santiago.

Posterior a la determinación del territorio de influencia, se procede a realizar un estudio de mercado, mediante encuestas a ciudadanos, con la finalidad de conocer las necesidades por parte del público lector, el motivo de la falta de lectura por quienes no adquieren periódicos y obtener resultados sobre la factibilidad de crear un periódico semanal.

Una vez conocido los resultados del estudio del mercado, diseñó un boceto del periódico, que fue la guía para el diseño, la diagramación y maquetación digital, distribuyendo páginas y espacios correspondientes a textos y fotografías.

El periódico se construyó mediante la definición del nombre del semanario identificado por colores, formatos y tipografía. El semanario es denominado "Amazonia" debido a que es destinado a dos cantones de la región Amazónica y se identifica por colores pertenecientes a las banderas de los cantones.

En la construcción del producto comunicativo, se definió fechas para trabajar en la recolección de información, redacción de textos y edición. De tal manera que las noticias y reportajes estén listos para ser diseñados, diagramados y maquetados en cada página del periódico, con colores identificativos, tipografías y fuentes.

Una vez cumplido el cronograma, se procedió a la impresión de 1000 ejemplares a full color que se distribuyó en el cantón Morona y el cantón Sucúa.

## MARCO TEÓRICO

Durante décadas y décadas los libros han afirmado que el invento de Gutenberg “Prensa de Tipos Móviles” ha sido parte de la metamorfosis del hombre y su perfeccionamiento, sus productos comunicativos abren puertas hacia el desarrollo de los pueblos y la evolución de los modernos medios de comunicación. (Navarro, 2007)

El periódico es el medio de comunicación propulsor de masas que se encuentra al alcance de grandes y pequeñas sociedades. (Ministerio de Educación, 2012) Explica los deberes del periódico al servicio del público. El primer deber es publicar las noticias, con valor e imparcialmente. El segundo deber es proteger el interés público, y convertirse en guía eficaz de la comunidad. El tercer deber es conservar su independencia siendo solvente.

### 1. Historia del periódico

En la Antigua Roma, en el año 59 a.C, se difunde la primera publicación que da origen al periódico con características propias del periódico actual, esta publicación denominada “Acta Diurna” emitía información del senado y de eventos noticiosos. (Gürtler, 2005)

Sin embargo, al indagar sobre la temática de la historia del periódico, encontramos información que exponen la existencia del primer periódico “The Daily Courant” en el año 1702 en Inglaterra, impulsado por Elisabeth Mallet. (Sohr, 1998)

En diferentes países de América empiezan a surgir periódicos, denominados “Gaceta”, acompañados por el nombre del lugar donde se publicarían. El primer periódico americano se origina en México en 1722. (del Palacio Montiel, 2006)

Años más tarde, en 1792, en Ecuador surge el primer periódico llamado “Primicias de la Cultura de Quito” impulsado por Eugenio Espejo. (Mora, 2012)

## 2. Géneros Periodísticos

Tal como establece (Gomis, 2008) el periódico tiene diferentes tipos de textos periodísticos situados en diferentes partes; conocidas como “secciones” y van a ellas con diferentes maneras de interés y atención.

A continuación, detalle de la división tradicional de los géneros periodísticos que se priorizarán dentro del semanario “Amazonia” según (Gomis, 2008), (Velásquez , Gutiérrez, Salcedo, Torres, & Valderrama, 2005)

### 2.1 Noticia

Consiste en la presentación de hechos acaecidos recientemente, con un enfoque sorprendente, paradójico y transcendental. Redactada de acuerdo a normas y técnicas desarrolladas por la experiencia.

Durante la narración de la información, es importante que el periodista evite dar su opinión, pues su deber al momento de redactar es ser objetivo e imparcial. (Clausó, 2007).

Para la elaboración de una noticia, es importante que el periodista responda a cada una de las siguientes interrogantes, que servirán para redactar de manera clara el contenido informativo.

- ❖ **¿Qué?** Responde a los hechos y acontecimientos sucedidos.
- ❖ **¿Quién?** Menciona a los protagonistas e involucrados del acontecimiento.
- ❖ **¿Por qué?** Responde los motivos y las razones que produjeron el suceso.
- ❖ **¿Cómo?** Argumenta cómo y en qué circunstancias ha ocurrido el evento.
- ❖ **¿Cuándo?** Enfatiza el tiempo y el momento de eventualidad
- ❖ **¿Dónde?** Indica el lugar donde ocurrieron los hechos.

## **2.2 Reportaje**

Es un género periodístico informativo, narrativo e interpretativo. Cubre el campo entre la noticia y el periodismo de opinión. El reportaje es libre en cuanto a su objeto, puede extenderse más en los asuntos y requiere de mayor elaboración formal.

El Reportaje requiere de una profunda investigación de los hechos y sus actores, además, de una descripción narrativa que involucra diferentes puntos de vista incluidos los del redactor. El Reportaje se caracteriza por la creatividad de su narrativa, y por la utilización de un lenguaje apropiado para el público receptor. (Pena de Oliveira, 2006).

## **2.3 Crónica**

La crónica periodística emite información clásica que muestra realidades de tipo social y moviliza las emociones en el lector. Presenta una narración interpretativa y valorativa de hechos noticiosos por su minuciosidad en los detalles, la utilización de un lenguaje sencillo y la redacción creativa.

Este género se caracteriza por el relato y la narración descriptiva del periodista, como protagonista, por su presencia en el lugar de los hechos. (Velásquez , Gutiérrez, Salcedo, Torres, & Valderrama, 2005)

## **2.4 Entrevista**

Es la base de los hechos periodísticos, un recurso para la búsqueda de materiales informativos aplicados de acuerdo a elementos técnicos.

La entrevista consiste en un diálogo entre dos o más personas, donde el periodista (entrevistador) realiza varias interrogantes a testigos (entrevistados) que conocen sobre el tema que se aborde. “Los restantes elementos narrativos actúan en función de ese diálogo; presentan al entrevistado, ambientan el encuentro, comentan o explican tal o cual parlamento” (Gomis, 2008)

Según (Vivaldi, 2006) existen tres tipos de entrevistas que se clasifican acorde a la construcción de la misma:

- ❖ **Entrevista informativa o de carácter noticioso:** Este tipo de entrevista se fija únicamente en adquirir información sobre algún hecho importante por parte del entrevistado. Asumirá la estructura de la noticia, lo primero que abordará será el hecho noticioso; de allí irá descendiendo hacia asuntos de menor importancia.
- ❖ **Entrevista de Opinión:** Esta entrevista se organizará según los asuntos acerca de los cuales se ha pedido declaraciones o posturas por parte de los entrevistados, mediante temáticas de interés social.
- ❖ **Entrevista de perfil o semblanza:** Este tipo de entrevista recopila información del personaje entrevistado; puede asumir el orden cronológico desde la infancia del personaje hasta sus triunfos, crisis y luchas. La entrevista de perfil se caracteriza por obtener información destacada de la personalidad y el comportamiento de la persona que genera protagonismo en la sociedad.

## 2.5 Editorial

La página editorial, es uno de los principales instrumentos del periodismo que desea servir al público. Esta página debe ser algo más que la voz de periódico, pues para que signifique algo, debe ser la voz de la comunidad.

En la editorial; a través de un artículo se da paso a la opinión oficial del periódico o a comentarios de asuntos de actualidad por parte de especialistas del medio. (Gomis, 2008)

## 2.6 Columnas

La columna periodística es el espacio fijo y a veces rotulado, que dispone el periodista o escritor vinculado con el periódico, para escribir temas de su elección. En la columna, el columnista expresa su propia opinión, moviéndose dentro del espacio concedido por el medio, lo cual señala ciertos límites. (Clauso, 2007).



La columna marca el grado más alto de personalidad y subjetividad dentro de la redacción periodística. Además, es firmada por el autor de la columna o acompañada de una fotografía, lo que hace similar al artículo de opinión.

## **2.7 Reseña**

La reseña es realizada para satisfacer la necesidad de información y orientación acerca de producciones culturales.

La reseña es la instancia más modesta: se reduce a anunciar publicaciones o hechos culturales, dando un breve resumen de su contenido. Es un trabajo material. (Velásquez , Gutiérrez, Salcedo, Torres, & Valderrama, 2005)

## **2.8 Fotografía**

La fotografía periodística fue creada con el objetivo de brindar a los lectores la posibilidad de que puedan conocer realidades distintas a la suya. Además de que los medios impresos puedan comprobar y demostrar a través de la imagen lo que dicen las letras y el contenido periodístico.

La fotografía en el periódico debe aportar información de acuerdo al contenido del texto, debido a que permite corroborar con imágenes un hecho. (Pierre.J.A, 2005)

En la actualidad, el fotoperiodismo es limitado y se abstiene a la difusión de fotografías que transgredan ciertas leyes articuladas a la ley de comunicación.

## **2.9 Pie de foto**

El pie de foto es una continuación que explica y amplía la entrada de la noticia o reportaje, ampliará mediante texto conciso la información visual y agregará detalles que no figuren en el titular de la noticia.

Es esencial que el escritor determine lo que es obvio en la foto y lo que debe ser explicado mediante una personalidad propia. Además, es importante tomar en cuenta que el pie de foto no debe ser excedido en explicaciones, pues una frase concisa puede captar el texto y la imagen. (Velásquez , Gutiérrez, Salcedo, Torres, & Valderrama, 2005)

### 3. Componentes de un Periódico

#### 3.1 Guía de estilo

Respecto a la guía de estilo (Taufic, 2005) explica como el medio debe crear su propio manual con sus reglas uniformes destinadas a la política informativa, a las instrucciones sobre la preparación del material, a la aplicación de las abreviaturas, al uso de mayúsculas y minúsculas, al uso de números, al empleo de las citas, títulos y fechas, además, indica el modelo para presentar el material periodístico y los reglamentos apegados a la Ley de Comunicación.

#### 3.2 Tipografía

Al realizar publicaciones en el medio impreso es importante tomar en cuenta que modelo de tipografía se va a emplear, debido a que permite definir al periódico en cuanto a su formalidad. (André, 2005)

La tipografía está definida de acuerdo a la clasificación de cada familia tipográfica que contiene sus propias características que las agrupan según sus identificaciones; entre esta clasificación se destaca:

- ❖ **Tipografía Serif:** Este tipo de fuente contiene detalles en las letras que permiten una mayor facilidad a la lectura. Además, a través de sus letras reflejan seriedad, autoridad, firmeza, dignidad y tranquilidad.
  
- ❖ **Tipografía Sans Serif:** Esta tipografía refleja un estilo minimalista debido a la formalidad y uniformidad de sus letras. Sus textos son más visibles y entendibles a corta o larga distancia. Además, a través de sus letras expresan seguridad, alegría y sobriedad.

#### 3.3 Secciones

Las secciones de un periódico son distribuidas por bloques para obtener una amplia variedad de información, con el objetivo de brindar al lector temas de su interés, además, de facilitar la búsqueda de información.

Las secciones son clasificadas de acuerdo a la agrupación de los géneros periodísticos que tienen relación o semejanza entre sus temáticas. Las denominaciones de cada sección que conforman el periódico son catalogadas por parte del medio, y establecidas según la prioridad de información que se las otorgue. (Borrat, 2005)

### **3.4 Diseño, maquetación y diagramación**

Para el diseño, la maquetación y la diagramación de un periódico es necesario tener claro el tamaño del periódico, número de páginas, tipo de letra y tamaño para el texto y títulos. Si se va a utilizar fotografías o dibujos; al momento de la maquetación, es importante definir su ubicación, la relación con el texto y la cantidad de ilustraciones a obtener de acuerdo a la prioridad que se desea dar a la información.

“El diseño es ante todo un acto de imaginación y creación, es el mensaje visual que comunica con elementos gráficos apropiados” (Ghinaglia, 2007). Y la diagramación, siguiendo las convenciones del diseño, consiste en disponer el orden, la secuencia y la importancia de los elementos visuales en una página.

### **3.5 Publicidad**

Enfocándonos a la Publicidad, que es la fuente clave para los ingresos económicos y el sostén del periódico, es importante que los anunciantes sepan, que sus anuncios llegarán no solo al mayor público, sino al mejor. (Rubio, 2009) “Estos anuncios deberán ser ubicados de acuerdo a un contrato hecho con el anunciante” (Enrique Gil, 2002)

## JUSTIFICACIÓN

El hábito de lectura favorece al desarrollo de destrezas intelectuales como la memoria, el manejo del lenguaje y la creatividad, por lo tanto, la elaboración de un medio de comunicación escrito que enganche al lector a su lectura semanal, fomenta el auge de este hábito, lo que conlleva al desarrollo del pensamiento crítico de la sociedad.

Es por eso, que es de vital importancia comunicar los eventos noticiosos desde todos los puntos de vista de los involucrados, para que, con esta información, el lector elabore su conclusión crítica basada en el análisis de lo expuesto.

Debido a que no existe un medio de comunicación en la zona de estudio que informe imparcialmente los eventos de la zona, además, de la redacción no periodística y falta de temas de interés social, se justifica la elaboración de este proyecto dentro del área indicada.

## **SEGUNDA PARTE**

## ❖ IDEA

La idea consiste en la creación de un periódico semanal dirigido para los cantones Morona y Sucúa de la provincia Morona Santiago, con el propósito de emitir contenidos informativos imparciales, responsables, contextualizados y verificados que satisfagan las demandas del público lector.

## ❖ OBJETIVOS

### OBJETIVO GENERAL

- Elaborar un medio impreso para la difusión de noticias semanales en los cantones de Morona y Sucúa de la provincia de Morona Santiago.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un análisis estadístico en la zona de estudio para identificar hábitos de lectura informativa, predisposición de invertir en un semanario y el medio escrito predilecto.
- Aplicar los géneros periodísticos para la redacción de noticias de interés común dentro del área de estudio.
- Diseñar, diagramar y publicar el primer número del periódico semanal.

## ❖ PÚBLICO OBJETIVO

Habitantes entre 18 y 60 años de edad, de género femenino y masculino del sector urbano perteneciente a los cantones Morona y Sucúa en la provincia de Morona Santiago.

## TRATAMIENTO ESTÉTICO

El diseño del semanario “Amazonia” Cuenta con 24 páginas distribuidas en 12 secciones, conforme a las preferencias por parte del público encuestado. El tamaño de las páginas corresponde al formato Tabloide.

**Portada:** El semanario “Amazonia” es distinguido por la imagen e identidad; respecto a su cabezote que contiene el color blanco y verde, como identificativos de la bandera de los cantones Morona y Sucúa.

Debido a que esta primera página tiene que llamar la atención del lector, se ubicó una amplia fotografía, un titular llamativo y pequeños resúmenes de noticias relevantes, con textos sans serif debido a que son más claros para el lector.

- El **Friso** se situó bajo la cabecera, destacando tres noticias con su respectivo titular y página, acompañado de pequeñas fotografías.

**Sesiones y Páginas Interiores:** Las páginas internas del semanario fueron elaboradas a full color. Las noticias se expusieron en orden jerárquico de acuerdo a las partes o secciones que componen el semanario. En cada página se clasificaron las noticias, artículos y reportajes de mayor importancia, ubicándolos según los tamaños y espacios correspondientes.

- El **Titular** de cada uno de los contenidos periodísticos se distinguió por el tamaño, determinando la importancia de la información y el impacto social que provoque y enganche al lector, la tipografía elegida fue “Tahoma 32”, sans serif, para una mejor visualización.
- El **Lead** de las diferentes noticias fueron resaltadas con “negrita” o contorneadas en un marco, la primera letra tuvo un tamaño mayor; esto, con el propósito de destacar el contenido del párrafo.
- La **tipografía** de la redacción de la noticia y los pies de foto fueron elaborados en sans serif, con el objetivo de brindar uniformidad al texto.

- La **marca** se colocó en la esquina superior derecha de las páginas pares y en la esquina superior izquierda de las páginas impares. A diferencia de la ubicación del número de página que se situó en la esquina superior izquierda de las páginas pares y en la esquina superior derecha de las páginas impares.
- El texto se distribuyó en cuatro **Columnas** para enfatizar el contenido y precisar un mayor orden de acuerdo al formato del periódico. Cada noticia ocupó las columnas según la extensión del texto contenido.
- Las **ilustraciones** (Fotografías, Dibujos o Gráficos) se utilizaron para brindar mayor información y enfatizar las noticias principales del semanario.
- La **Publicidad** se elaboró a color y se ubicó en la parte inferior de las páginas y textos, para que no exista incoherencia entre la información, las fotografías y la publicidad.

**Página Final:** Esta página fue diseñada para la sección publicidad y con un mapa informativo de los lugares turísticos de la provincia Morona Santiago.



# INFORME DE INVESTIGACIÓN

## 1. Investigación

Con el objetivo de conocer la situación actual del mercado en los cantones Morona y Sucúa ubicados en la provincia de Morona Santiago, es necesario acudir a una investigación de campo, para descubrir los intereses, los gustos del público y sobretodo satisfacer las necesidades del cliente.

La técnica utilizada para una amplia investigación y que brinda mayor posibilidad de conocer las características de una parte importante y representativa del mercado, es la encuesta, herramienta que detalla cuales son las opiniones, gustos y preferencias que guiarán el proceso de creación y factibilidad del periódico semanal AMAZONIA.

## 2. Metodología de investigación

La metodología que se utiliza en la investigación de campo es de enfoque mixto, cuantitativo y cualitativo, (Pérez, 2011) debido a que permite seleccionar y analizar los datos estadísticos útiles a la investigación, con el objetivo de conocer la aceptación y las opiniones generadas por parte del público prioritario.

## 3. Muestra

Para el desarrollo de la investigación se ha tomado en cuenta los datos del censo 2010 publicados por la página del INEC, y de acuerdo a las características determinadas como público objetivo.

Para determinar el tamaño de la muestra como población prioritaria, se aplicará la siguiente fórmula:

$$n_{opt} = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N-1) + Z^2 * p * q}$$

### 3.1 Tamaño de muestra del cantón Morona

En el sector urbano del cantón Morona existen 8231 habitantes, y el nivel de analfabetismo corresponde al 2% de la población, determinando como universo: 8.066 habitantes.

N	Tamaño de población	8066
Z	nivel de confianza	95%
p	probabilidad de éxito	5%
q	probabilidad de fracaso	95%
d <sup>2</sup>	precisión (error máximo admisible en términos de proporción)	

$$n_{opt} = 164,9285509 \text{ aproximado} = 165 \text{ encuestas}$$

La muestra seleccionada para la aplicación de las encuestas es de 165 encuestados

### 3.2 Tamaño de muestra del cantón Sucúa

En el sector urbano del cantón Sucúa existen 3664 habitantes, y el nivel de analfabetismo corresponde al 2% de la población, determinando como universo: 3591 habitantes.

N	Tamaño de población	3591
Z	nivel de confianza	95%
p	probabilidad de éxito	5%
q	probabilidad de fracaso	95%
d <sup>2</sup>	precisión (error máximo admisible en términos de proporción)	

$$n_{opt} = 73,42653439 \text{ aproximado} = 75 \text{ encuestas}$$

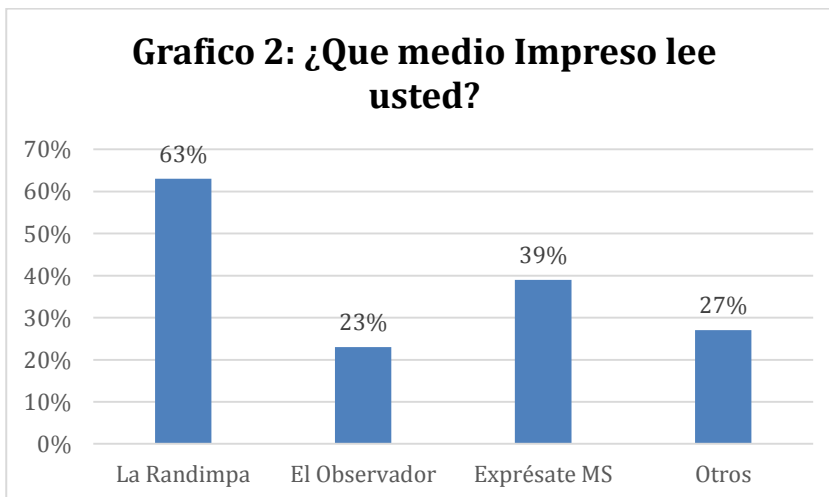
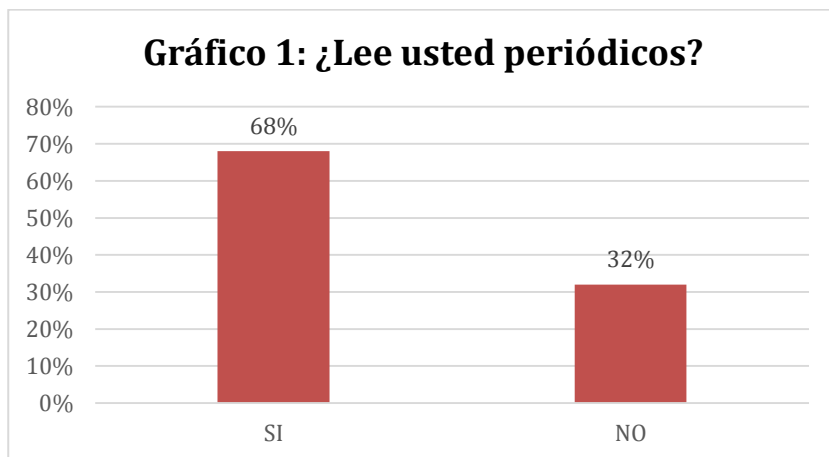
La muestra seleccionada para la aplicación de las encuestas es de 75 encuestados.

## 4. Resultados

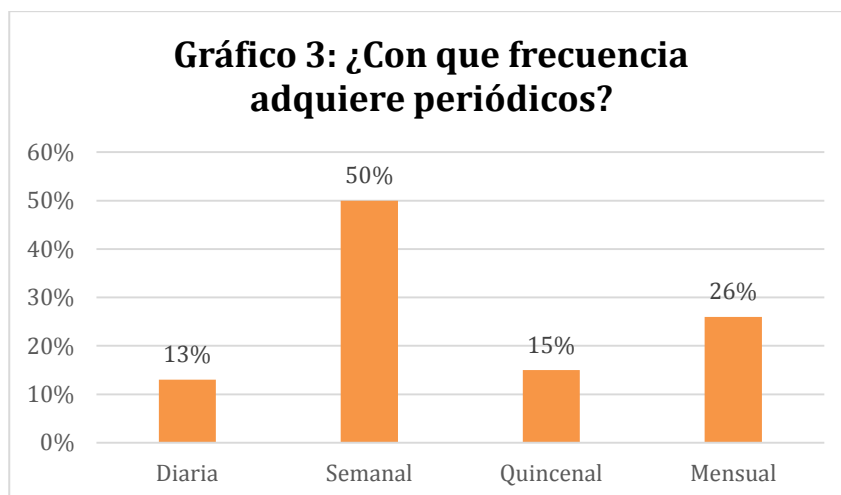
A continuación se presenta el análisis de los datos recolectados y tabulados acorde a cada ítem de la encuesta, destinado por el cantón Morona y Sucúa. El análisis se encuentra agrupado en dos apartados, presentados según las variables investigadas. El primer apartado corresponde a las personas que si leen periódicos. Y, el segundo analiza las opiniones y preferencias de la población que no lee periódicos.

### 4.1 Análisis de mercado del cantón Morona

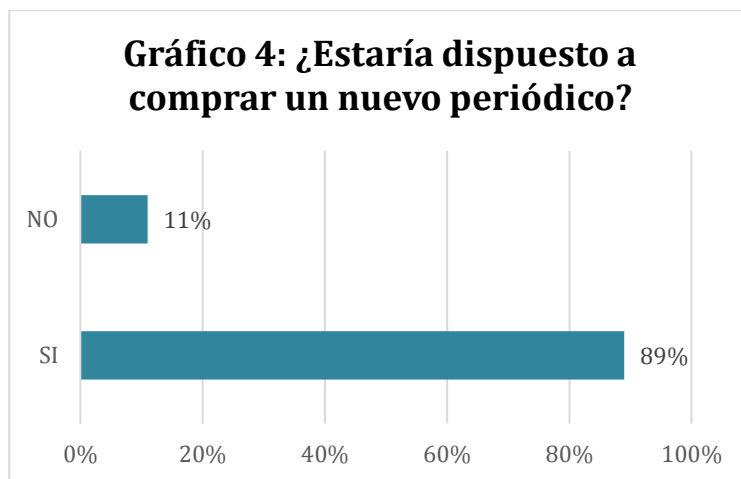
La muestra investigada es de 165 individuos, entre 18 y 60 años de edad, de género femenino y masculino correspondientes al sector urbano del cantón Morona.



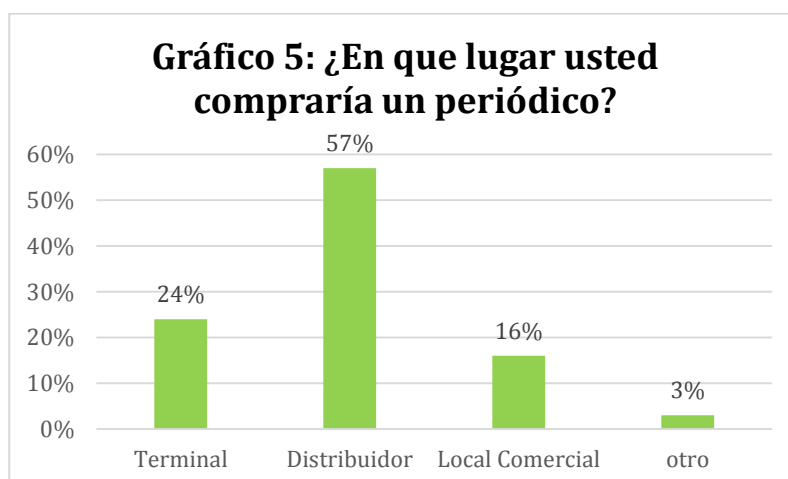
Con respecto al hábito de lectura periodística existente en la ciudad de Macas, se destaca que más de la mitad de la población lee periódicos. Tomando en cuenta que los encuestados señalaron más de una opción, se determina que los periódicos de mayor adquisición son provinciales; LA RANDIMPA y EL OBSERVADOR, mientras que un menor porcentaje indica su preferencia por periódicos Nacionales como El Comercio, Universo, Extra, entre otros. Además, se identifica el porcentaje de lectores que prefieren la revista Provincial EXPRESATE MORONA SANTIAGO. (Gráfico 1 y 2)



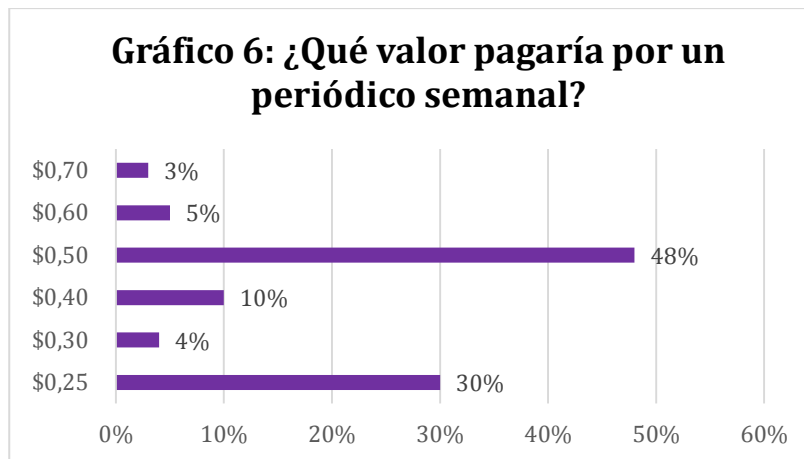
Con el objetivo de conocer las preferencias del público al momento de adquirir periódicos, se obtuvo como resultado favorable, que el 50% de la población opta por comprar periódicos semanales. Seguido por la adquisición mensual y quincenal, es pequeño el porcentaje, de quienes eligen comprar periódicos diariamente. (Gráfico 3)



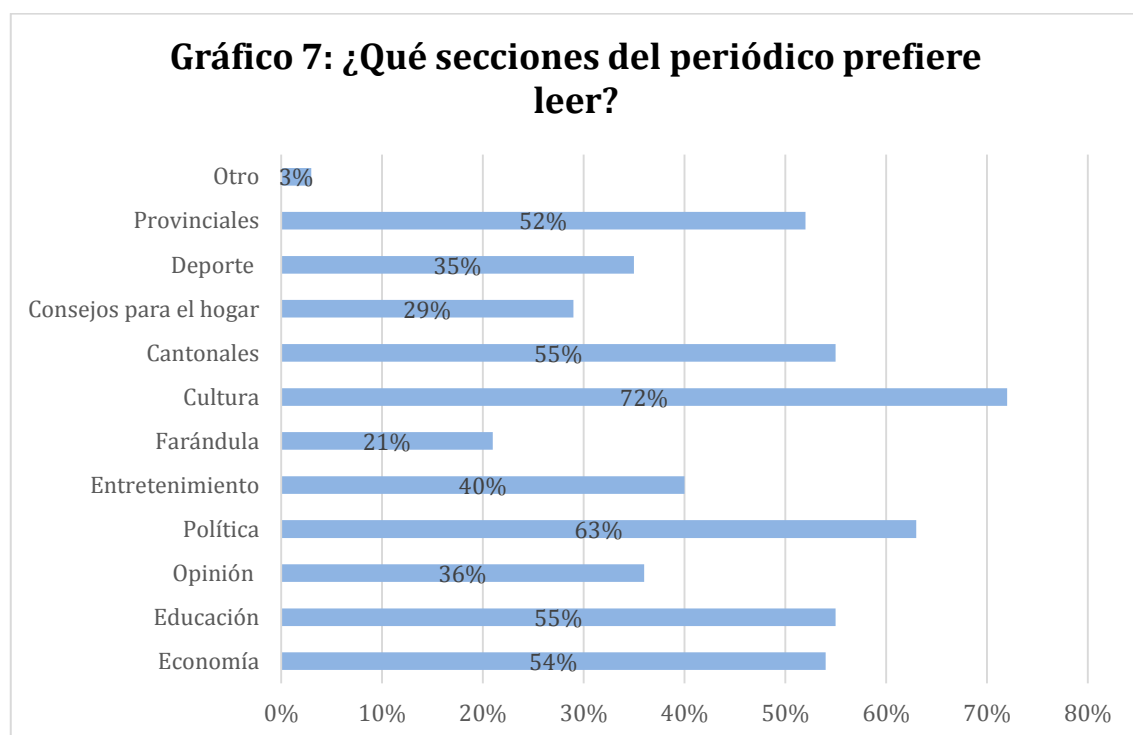
Mediante esta pregunta se evidenció, la factibilidad que existe para la creación de un periódico para el cantón Morona, debido a que el 89% de la población cantonal está dispuesto a comprar un nuevo periódico exclusivo, que cumpla con sus expectativas. (Gráfico 4)



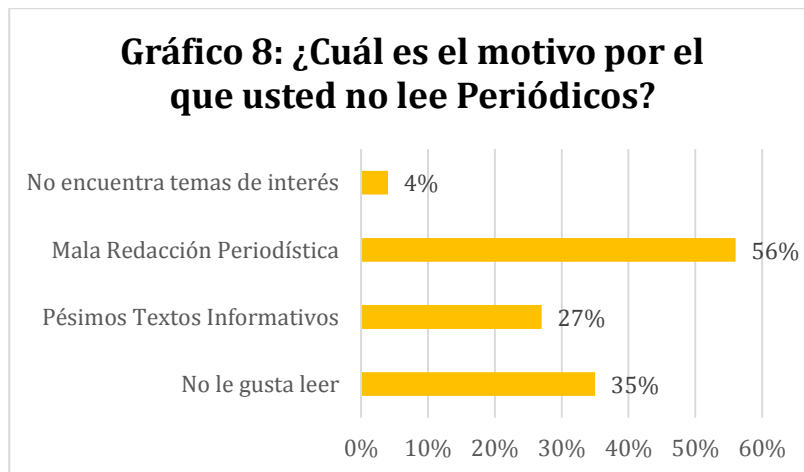
Con el objetivo de hacer que el producto llegue a manos del cliente, es importante conocer los lugares estratégicos posibles para la distribución de los periódicos según las preferencias del público lector. Como resultados se obtiene que la mayoría de los clientes optan por comprar el periódico mediante el distribuidor, seguido por el terminal (24%) y centros comerciales. (Gráfico 5)



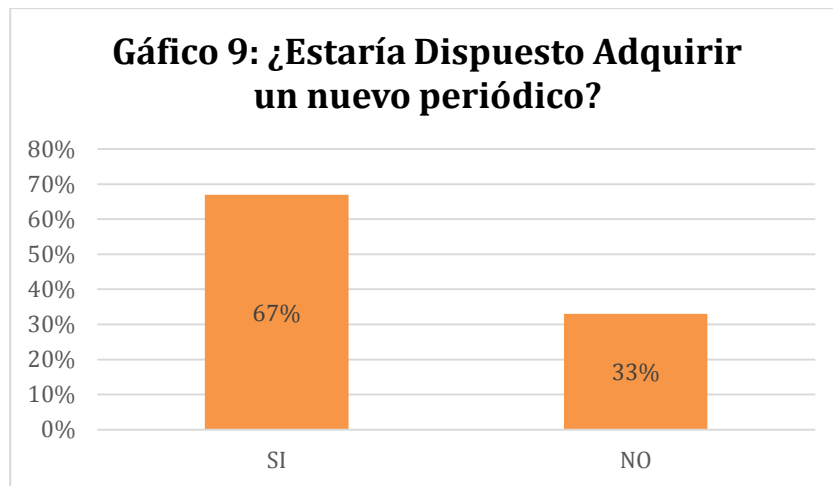
Para analizar la sustentabilidad del producto, es de vital importancia saber qué cantidad de dinero el cliente está dispuesto a pagar por un periódico que cumpla con sus expectativas. Esta intención se ve reflejada en los resultados de la investigación, donde el 48% de encuestados confirman que pagarían \$ 0,50. Un 30% de la muestra indica que pagaría \$ 0,25, seguido por el 10% que señala \$ 0,40. (Gráfico 6)



Como parte esencial del estudio de mercado, y la construcción del periódico semanal “Amazonia” se pretende conocer cuáles son las preferencias del público; para que en base a los resultados, se cumpla y se satisfaga las peticiones del lector. Los encuestados marcan como sus preferidas las secciones CULTURA (72%), POLÍTICA (63%), EDUCACIÓN Y CANTONAL (55%), presentando una diferencia significativa con respecto a las otras secciones como ENTRETENIMIENTO (40%) y DEPORTES (35%). (Gráfico 7)



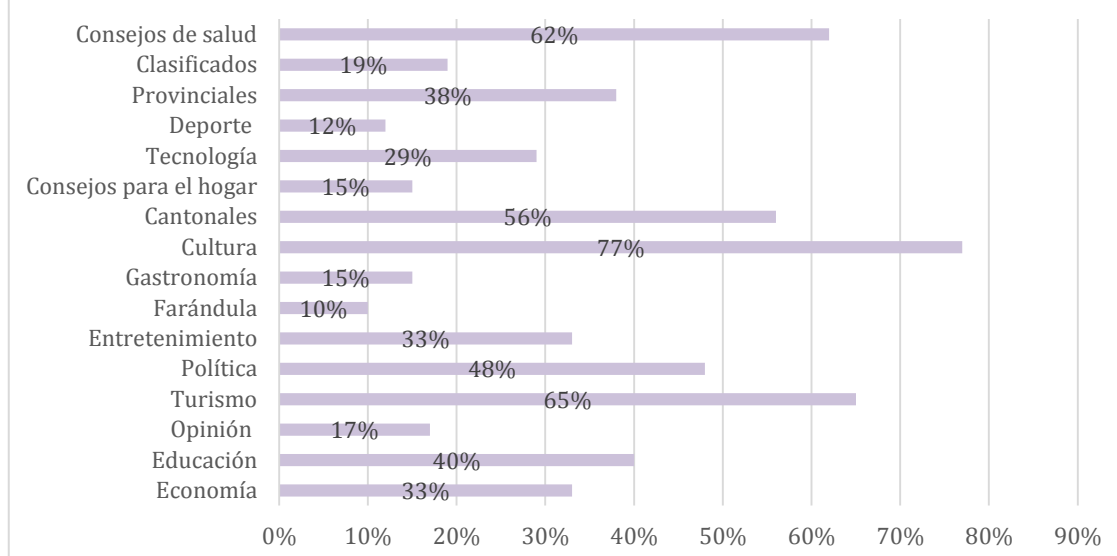
En este segundo apartado, se pretende conocer cual el motivo de la falta del hábito de lectura periodística en los ciudadanos del cantón Morona, además, de comprobar el problema de la ausencia de lectores de los periódicos provinciales. Esta interrogante fue creada con el objetivo de que a través del periódico “Amazonia” se solvete las necesidades de los ciudadanos no lectores. Según los resultados, se sostiene que la falta de lectura en los ciudadanos se debe en un 56% a la mala redacción periodística, seguido por el 35% de ciudadanos que no les gusta leer, mientras que el 27% señala que se debe por los pésimos textos informativos emitidos por los medios de comunicación del cantón y la provincia, y en poco porcentaje 4%, debido a que no encuentran temas de interés. (Gráfico 8)



Como fundamento para la creación del periódico semanal “Amazonia”, a través de esta pregunta se visualiza la necesidad de los ciudadanos de Morona no lectores por adquirir un periódico de calidad que satisfaga sus necesidades y cubra sus expectativas. El 67% de los ciudadanos manifiesta su disposición por adquirir un nuevo periódico. Mientras que el 33% que forma parte del público que no le gusta leer no presenta interés sobre la creación de un medio de comunicación impreso. (Gráfico 9)



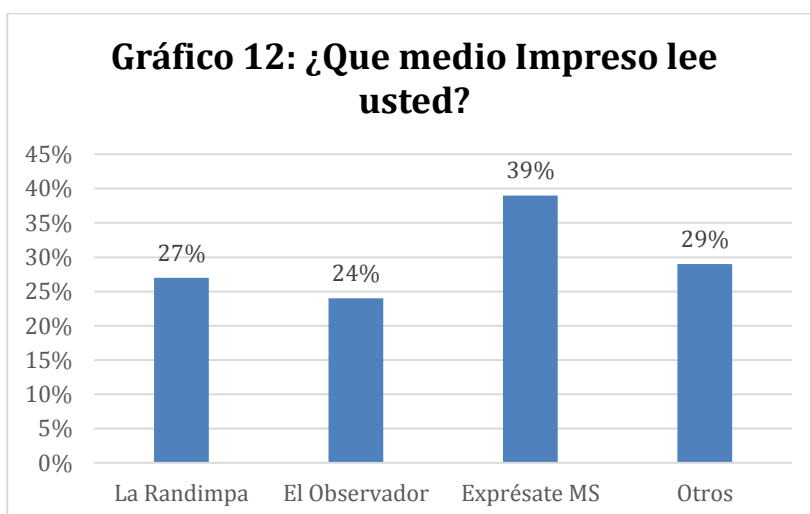
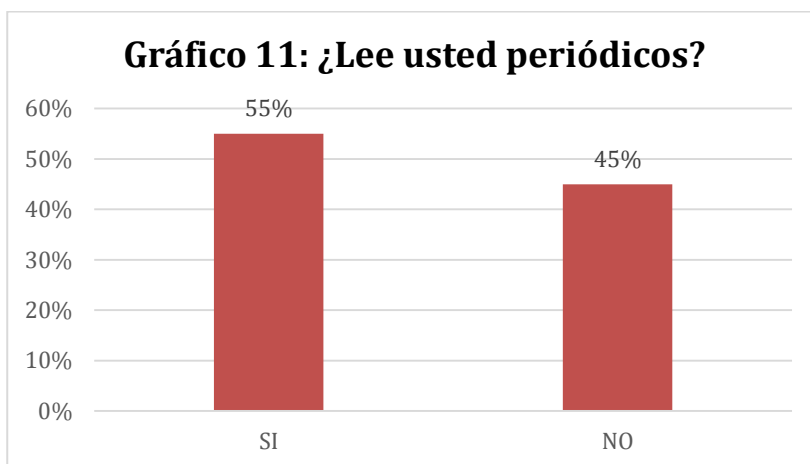
**Gráfico 10: ¿Qué secciones del periódico son de su interés?**



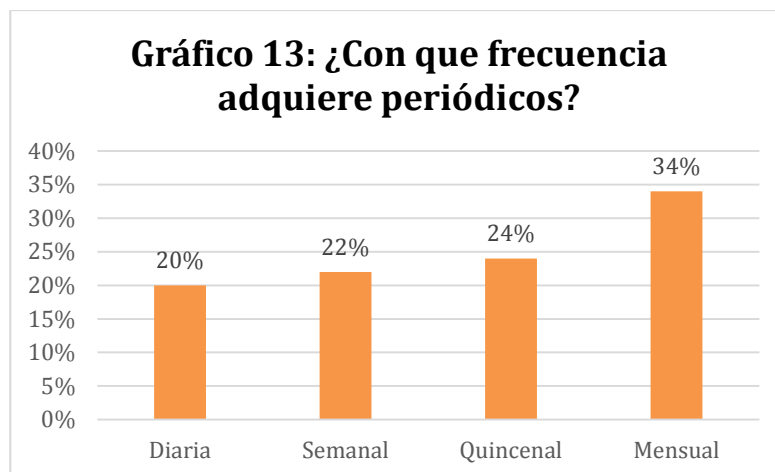
Como parte esencial del estudio de mercado, y la construcción del periódico semanal “Amazonia” se pretende conocer cuáles son las preferencias que tiene el público no lector en cuanto temas de interés que les gustaría encontrar en un nuevo periódico. Los encuestados marcan como sus preferidas las secciones CULTURA (77%), TURISMO (65%) Y CONSEJOS DE SALUD (62%), presentando una diferencia significativa con respecto a las otras secciones como CANTONAL (56%), POLÍTICA (48%) Y EDUCACIÓN (40%). (Gráfico 10)

## 4.2 Análisis de mercado del cantón Sucúa

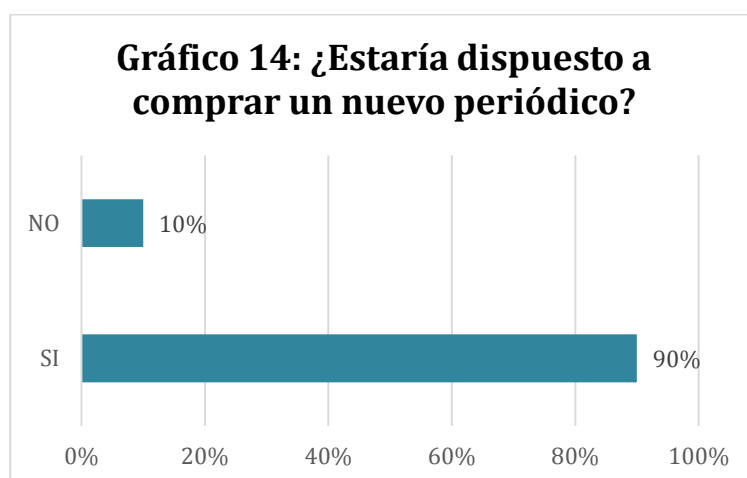
La muestra investigada es de 75 individuos, entre 18 y 60 años de edad, de género femenino y masculino correspondientes al sector urbano del cantón Sucúa.



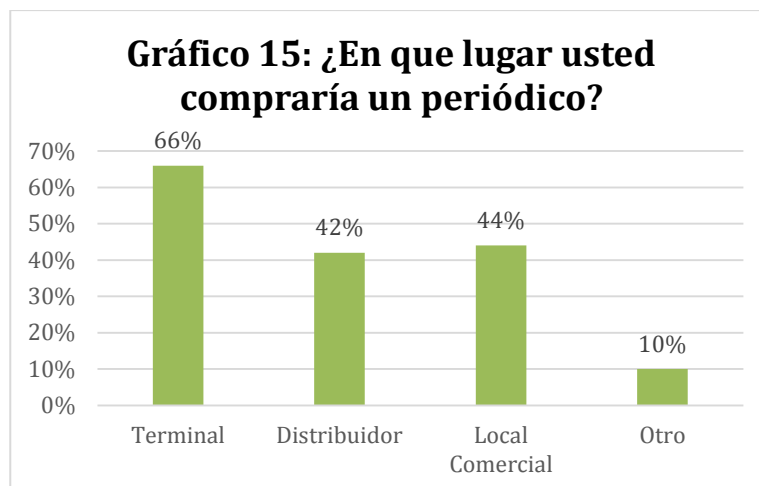
Con respecto al hábito de lectura periodística existente en la ciudad de Sucúa, y tomando en cuenta que los encuestados señalaron más de una opción; se conoce que los ciudadanos prefieren leer la revista EXPRESATE MORONA SANTIAGO. Seguido por periódicos provinciales; LA RANDIMPA y EL OBSERVADOR. Y en un menor porcentaje adquieren periódicos Nacionales como El Comercio, Universo, Extra, entre otros. (Gráfico 11 y 12).



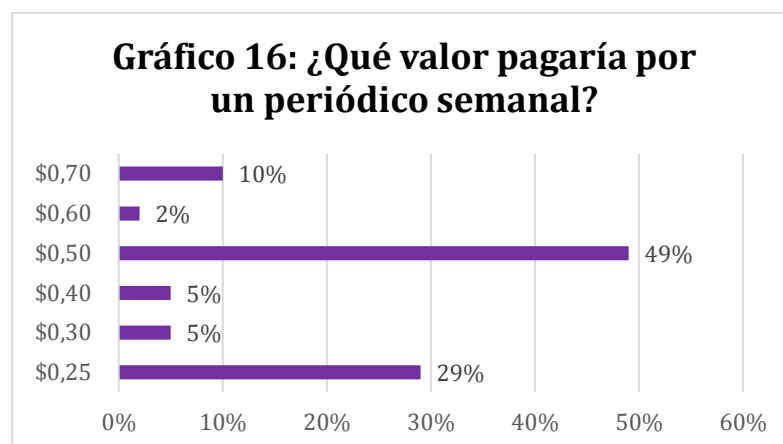
Con el objetivo de conocer las preferencias del público al momento de adquirir periódicos, se obtuvo como resultado que la mayoría de la población prefiere comprar mensualmente un periódico. Seguido por la adquisición quincenal y semanal, es pequeño el porcentaje, de quienes eligen comprar periódicos diariamente. (Gráfico 13)



Mediante esta pregunta se evidenció, la factibilidad que existe para la creación de un periódico para el cantón Sucúa, debido a que el 90% de la población cantonal está dispuesto a comprar un nuevo periódico exclusivo, que cumpla con sus expectativas. (Gráfico 14).

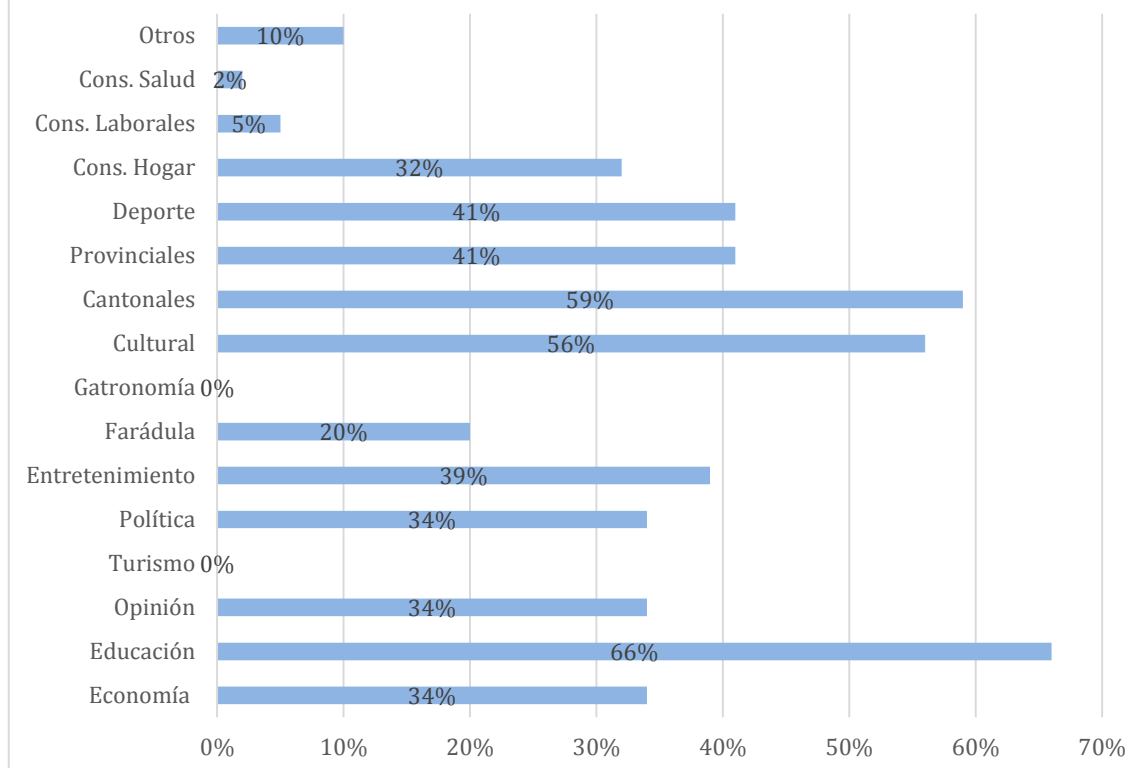


Con el objetivo de hacer que el producto llegue a manos del cliente, es importante conocer los lugares estratégicos posibles para la distribución de los periódicos según las preferencias del público lector. Como resultados se obtiene que la mayoría de los clientes optan por comprar el periódico en el terminal, seguido por locales comerciales y distribuidores. (Gráfico 15)

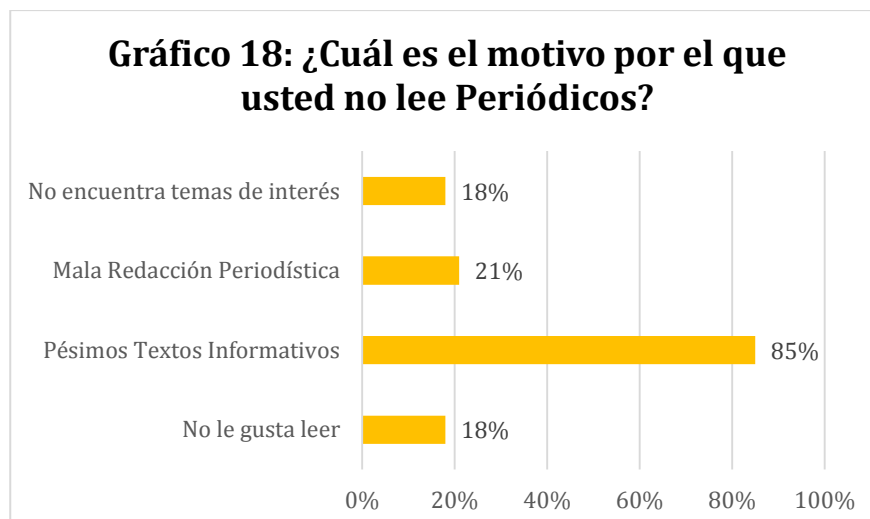


Para analizar la sustentabilidad del producto, es de vital importancia saber qué cantidad de dinero el cliente está dispuesto a pagar por un periódico que cumpla con sus expectativas. Esta intención se ve reflejada en los resultados de la investigación, donde el 49% de encuestados confirman que pagarían \$ 0,50. Un 29% de la muestra indica que pagaría \$ 0,25, seguido por el 10% que señala \$ 0,70. (Gráfico 16)

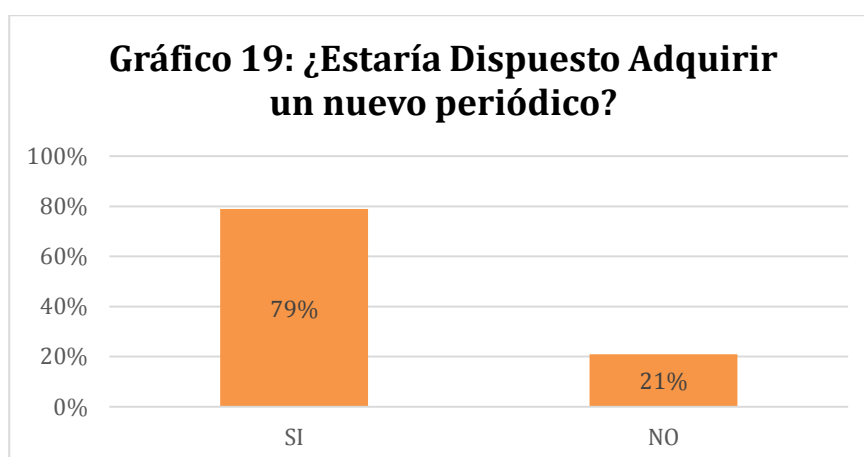
**Gráfico 17: ¿Qué secciones del periódico prefiere leer?**



Como parte esencial del estudio de mercado, y la construcción del periódico semanario “Amazonia” se pretende conocer cuáles son las preferencias del público; para que en base a los resultados, se cumpla y se satisfaga las peticiones del lector. Los encuestados marcan como sus preferidas las secciones EDUCACIÓN (66%), CANTONAL (59%) y CULTURA (56%), presentando una diferencia significativa con respecto a las otras secciones como DEPORTES y PROVINCIAL que señalan (41%). (Gráfico 17)

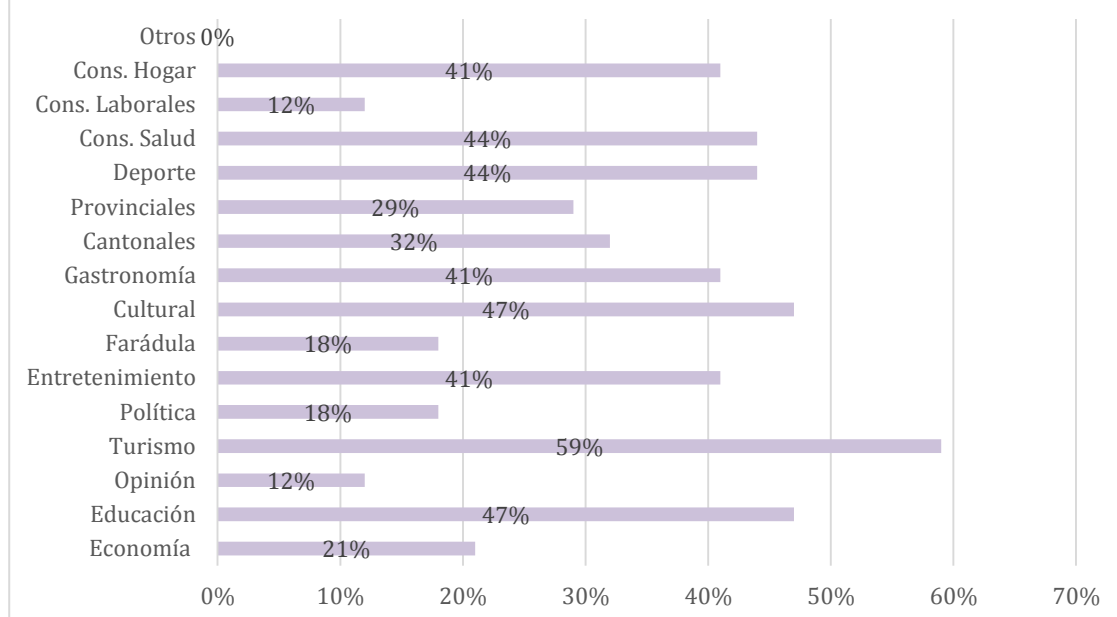


En este segundo apartado, se pretende conocer cual el motivo de la falta del hábito de lectura periodística en los ciudadanos del cantón Sucúa, además, de comprobar el problema de la ausencia de lectores de los periódicos provinciales. Esta interrogante fue creada con el objetivo de que a través del periódico “Amazonia” se solvete las necesidades de los ciudadanos no lectores. Según los resultados, se sostiene que la falta de lectura en los ciudadanos se debe en un 85% a los pésimos textos informativos emitidos por los medios de comunicación del cantón y la provincia, seguido por la mala redacción periodística (21%), y en (18%) por que no encuentran temas de interés, además de que no les gusta leer. (Gráfico 18)



Como fundamento para la creación del periódico semanario “Amazonia”, a través de esta pregunta se visualiza la necesidad de los ciudadanos de Sucúa no lectores por adquirir un periódico de calidad que satisfaga sus necesidades y cubra sus expectativas. El 79% de los ciudadanos manifiesta su disposición por adquirir un nuevo periódico. (Gráfico 19)

**Gráfico 20: ¿Qué secciones del periódico son de su interés?**



Como parte esencial del estudio de mercado, y la construcción del periódico semanal “Amazonia” se pretende conocer cuáles son las preferencias que tiene el público no lector en cuanto temas de interés que les gustaría encontrar en un nuevo periódico. Los encuestados marcan como sus preferidas las secciones TURISMO (59%), CULTURA Y EDUCACIÓN (47%), DEPORTE y CONSEJOS DE SALUD (44%), presentando una diferencia significativa con respecto a las otras secciones como ENTRETENIMIENTO, GASTRONIMÍA, que señalan (41%). (Gráfico 20)

## PRESUPUESTO

RUBRO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL	JUSTIFICACIÓN
Hojas de papel Boom.	6	\$ 0,01	\$ 0,06	Boceto del periódico
Pasajes a Macas	6	\$ 11,00	\$ 66,00	Estudio de mercado, recolección de información y entrega del semanario.
Pasajes a Sucúa	6	\$ 1,00	\$ 6,00	Estudio de mercado, recolección de información y entrega del semanario.
Pasajes en la ciudad de Macas	20	\$ 0,25	\$ 5,00	Movilización en la ciudad, a los lugares de entrevistas, fotografías. Etc.
Pasajes en la ciudad de Cuenca	8	\$ 0,25	\$ 2,00	Para movilización a bibliotecas y a las oficinas del Diario el Tiempo.
Entrada de eventos.	2	\$ 5,00	\$ 10,00	Ingreso a los eventos de festividades de Macas.
Impresiones de los periódicos	1000	\$ 0,45	\$ 450,00	Impresión de 1000 ejemplares de periódicos en las oficinas del diario el Tiempo.
Transporte del periódico	1	\$ 4,00	\$ 4,00	Transporte en taxi de 4 cajas grandes de periódicos.
Envío de periódicos	4	\$ 2,50	\$ 10,00	Envío de 4 cajas de periódicos a Macas
Elaboración del libro de memoria técnica	3	\$ 7,00	\$ 21,00	Impresión de 3 libros de memoria técnica.
Copias	600	\$ 0,02	\$ 12,00	De libros para la investigación, y de encuestas.
Aplicación de encuestas	1	\$ 20,00	\$ 20,00	Contrato a un enseñor para aplicar encuestas.
<b>SUBTOTAL</b>		<b>\$</b>		<b>606,06</b>
<b>IMPREVISTO</b>				<b>10%</b>
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 666, 61</b>



## CRONOGRAMA

### PRE – PRODUCCIÓN

#### ABRIL

ACTIVIDADES	1	6	8	13	15	20	22	27	29
Elaboración del Cronograma	X								
Investigación Bibliográfica	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Definición del tema		X							
Planteamiento de Objetivos		X							
Concepción Artística		X							
Elaboración de Encuestas			X						
Estudio de mercado. (Aplicación de Encuesta)				X	X	X	X	X	
Esquema de elaboración (Partes)			X						
Redacción de Textos				X	X	X	X	X	X
Material Producido sobre el tema								X	X

### PRODUCCIÓN

#### MAYO

ACTIVIDADES	4	6	11	13	18	20	25	27	28	29
Venta de espacios de Publicidad	X									
Investigación de Noticias			X	X						
Cobertura de Noticias					X	X	X	X		
Redacción de noticias							X	X	X	X
Edición de Noticias								X	X	X
Diseño y Maquetado		X	X	X	X	X	X	X	X	X

## JUNIO

ACTIVIDADES	1	2	3	4	5	6	29
Impresión Periódico Semanario	X	X					
Envío del periódico semanario a Macas			X				
Distribución del periódico semanario				X	X	X	

## POST – PRODUCCIÓN

### JUNIO

ACTIVIDADES	8	10	15	17	22	24	29
Redacción de Memoria Técnica	X	X					
Corrección de Memoria técnica			X	X			
Impresión de Memoria Técnica					X	X	
Entrega							X

## Estructura y secciones

La estructura del periódico semanario Amazonia está compuesta por 24 páginas. En la portada se presenta el cabezote, el friso con los avances de las noticias más relevantes y la fotografía principal con su correspondiente titular.

Las páginas interiores son 22; consta de 12 secciones.

En las páginas 2 y 3 se estableció la sección “Provinciales”, con información de la provincia de Morona Santiago.

En las páginas 4, 5 y 7 se ubicó la sección “Morona” donde se difunden contenidos correspondientes al cantón Morona y una publicidad.

En la página 6 se desarrolló la sección “Editorial”, esta página del periódico es un lugar estratégico para emitir la ideología del medio.

En las páginas continuas, 8 y 9, se colocó la sección “Sucúa”, con información que da a conocer acontecimientos del cantón Sucúa.

En las páginas 10 y 11 se desarrolló la sección “Macas”, con sucesos noticiosos en la ciudad capital del cantón Morona.

En las páginas intermedias, 12 y 13, se estableció la sección “Social”, como información relevante de las fiestas de Macas.

Las páginas 14 y 15 contienen la sección “Turismo”, con información relativa a un centro turístico.

En las páginas 16, 17, 18 y 19 se desarrolló la sección “Cultura”, con información de varios acontecimientos ocurridos en los cantones y la provincia.

La sección “Deportes” se desarrolló en las páginas 20 y 21, con información destacada de deportistas.

Para la sección “Salud” se destinó la página 22, debido a que se emite consejos de ortodoncia.

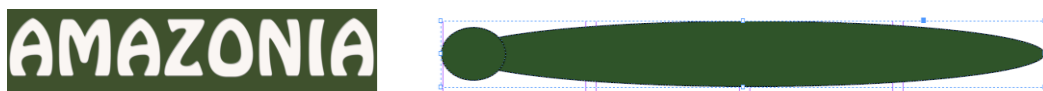
Llegando a las últimas páginas se distribuyó la sección “Entretenimiento” en la 23, con mensajes creativos, un crucigrama y clasificados.

Para la contraportada se desarrolló la sección, "Publicidad", que contiene tres publicidades y un mapa informativo de centros turísticos.

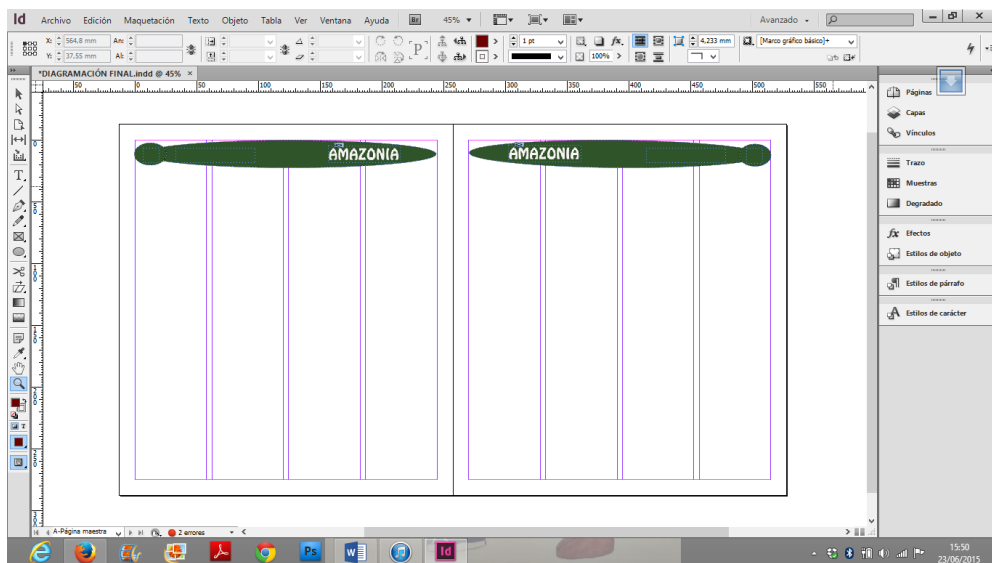
Todas estas secciones fueron estructuradas y realizadas de acuerdo a un estudio previo, mediante encuestas, que responde a las demandas del público.

## Diseño y Maquetado

Para la elaboración del diseño del periódico semanal “Amazonia” se empezó por diseñar el nombre del periódico como logotipo de la portada, e igualmente para ubicarlo en la parte superior derecha de las páginas interiores impares y en la parte superior izquierda de las páginas pares.

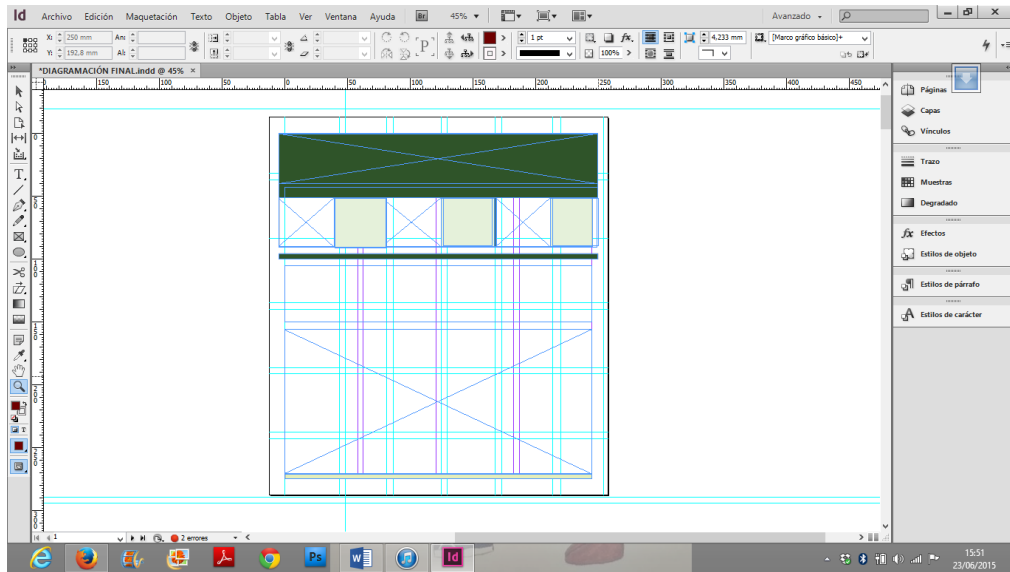


En las páginas maestras se trabajó con la creación de cuatro columnas y guías que fueron las bases para el trabajo de maquetado.



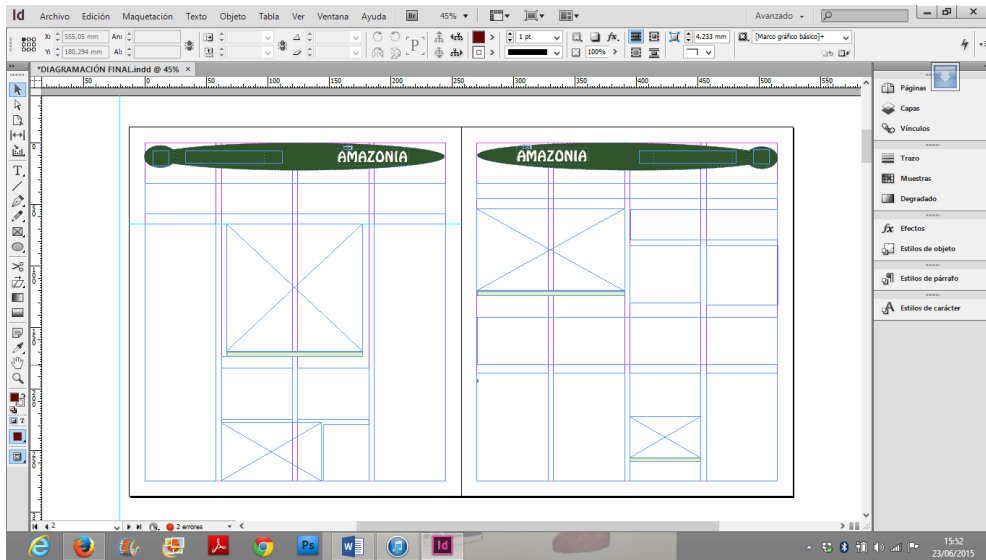
Páginas maestras

# Portada



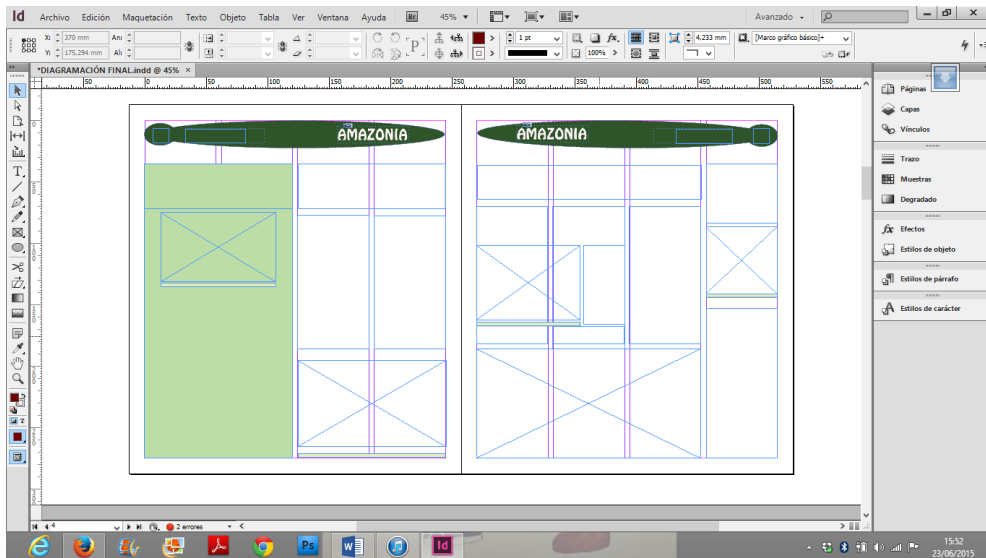
1

# Páginas Interiores



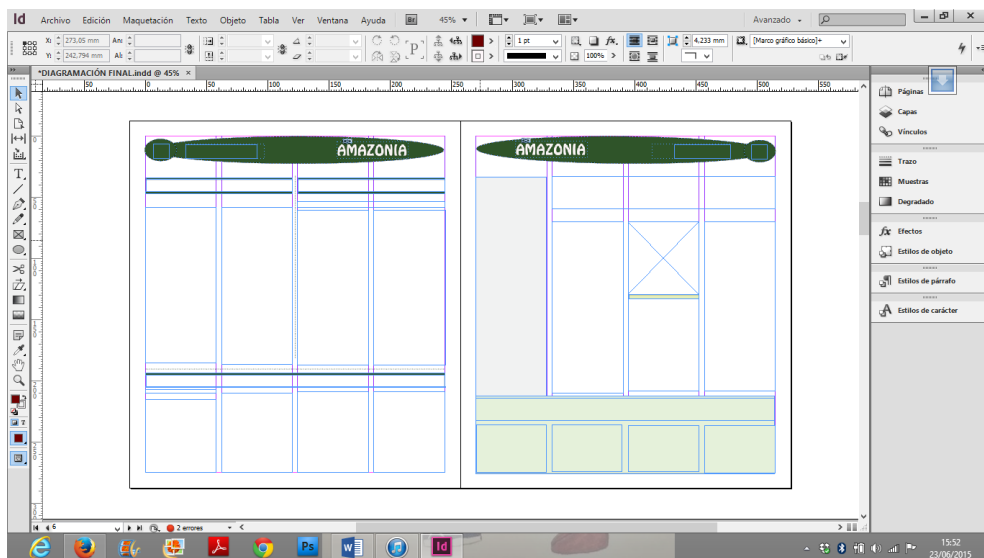
2

3



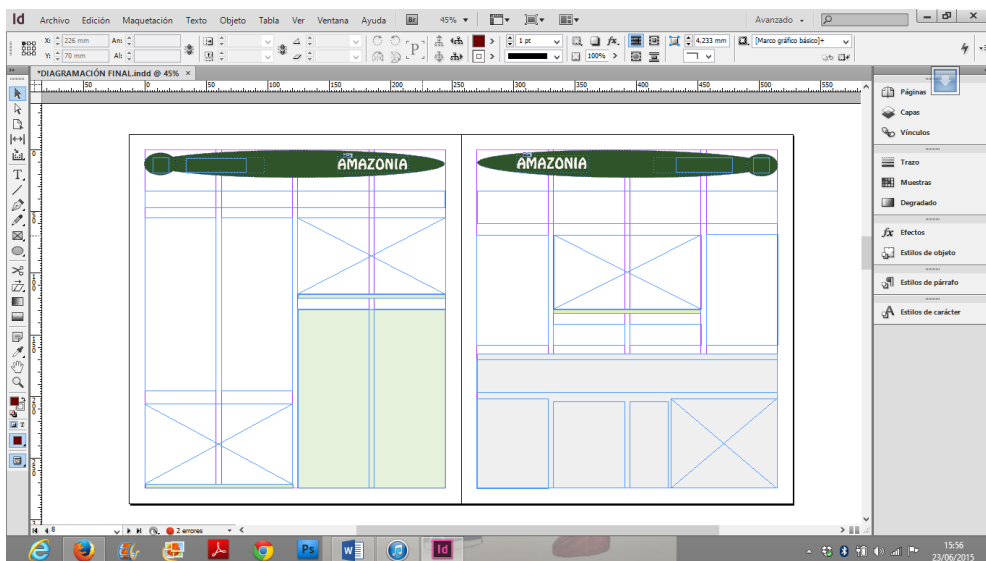
4

5



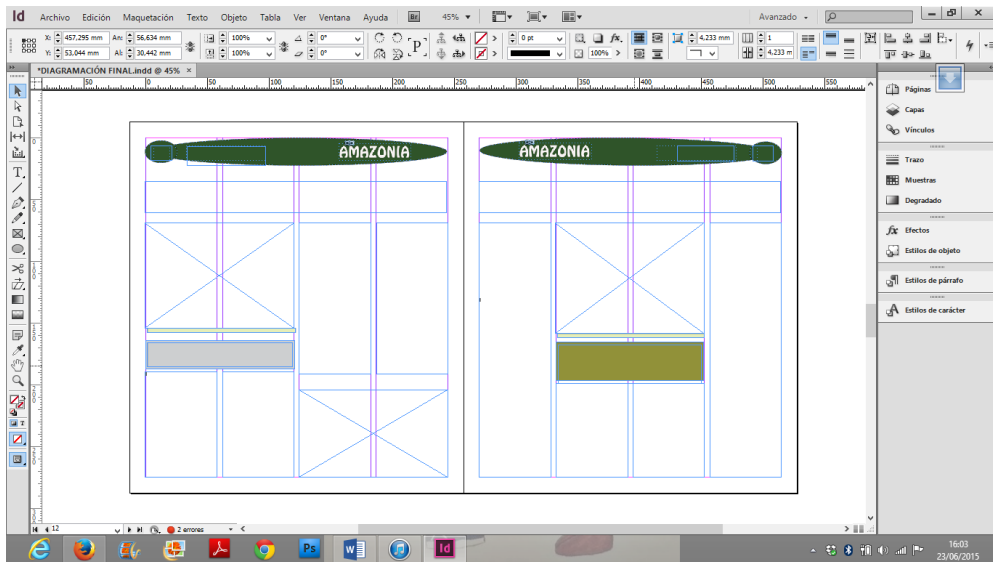
6

7



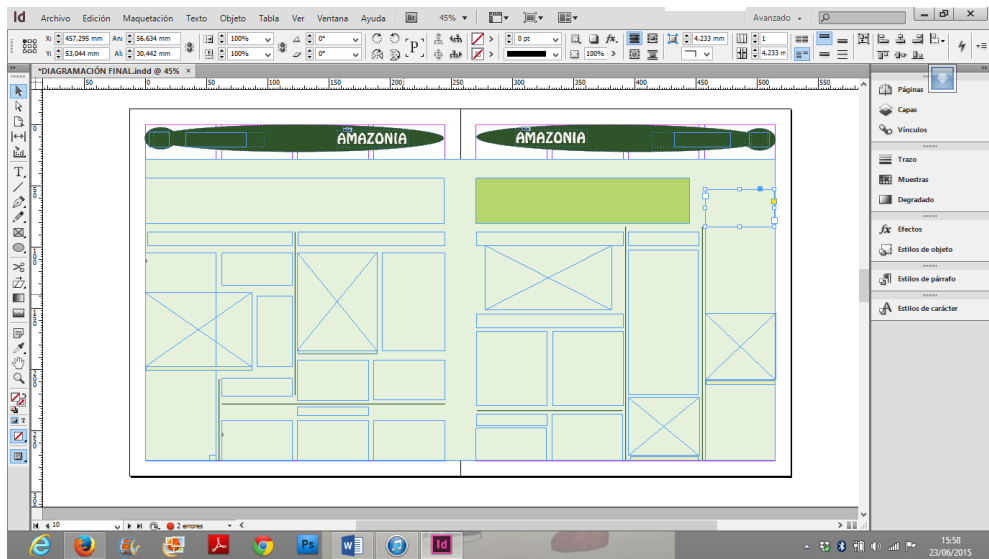
8

9



10

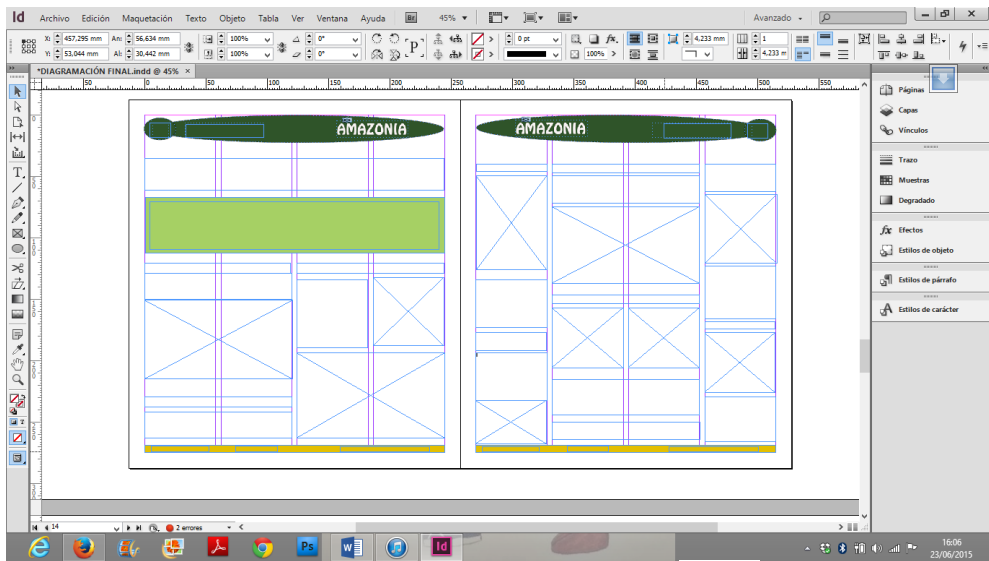
11



12

Páginas Intermedias

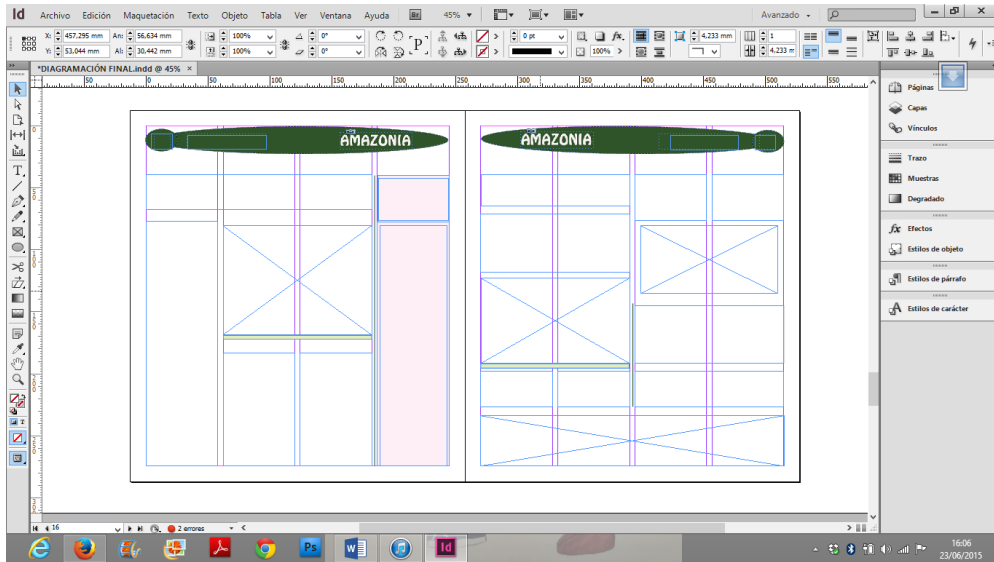
13



14

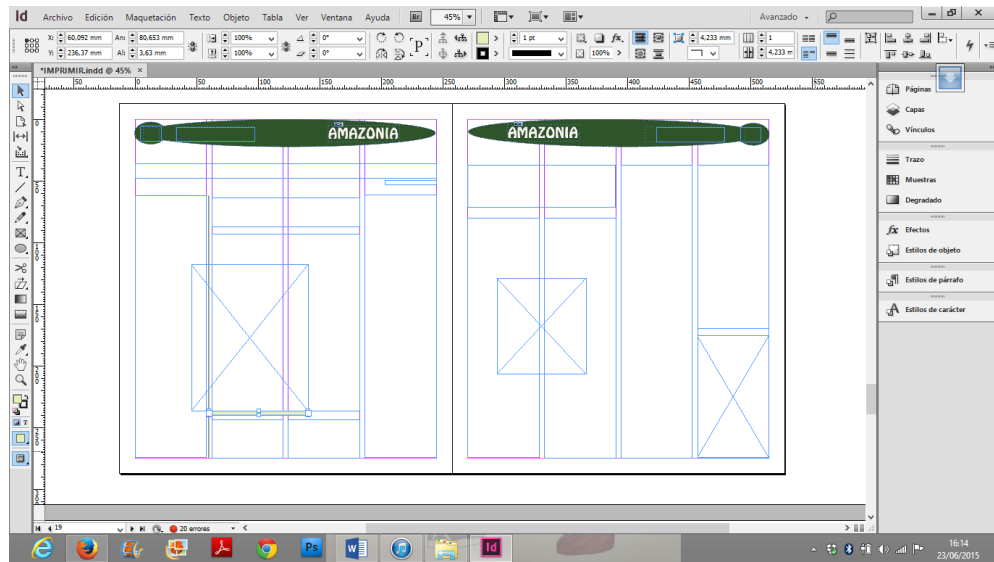
15





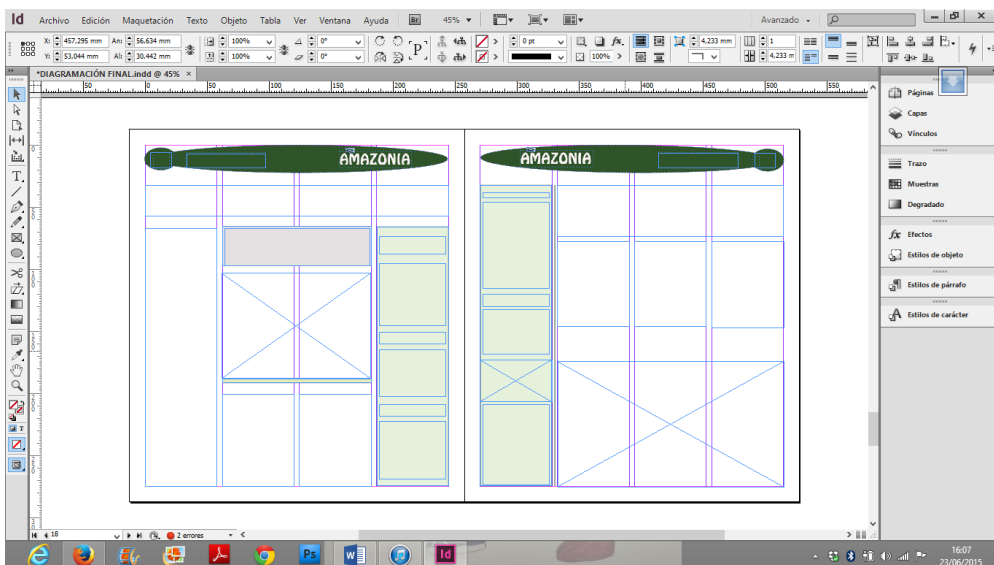
16

17



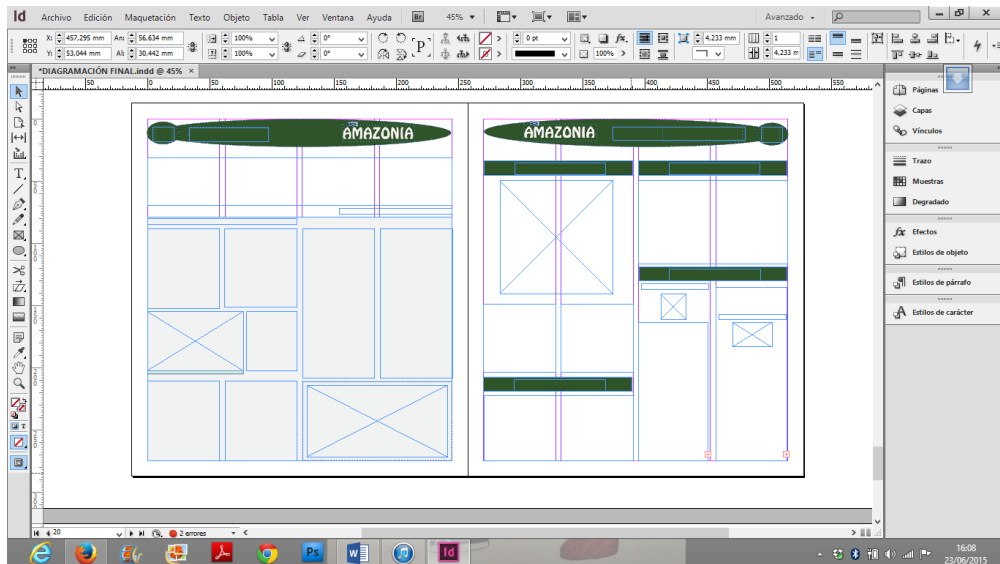
18

19



20

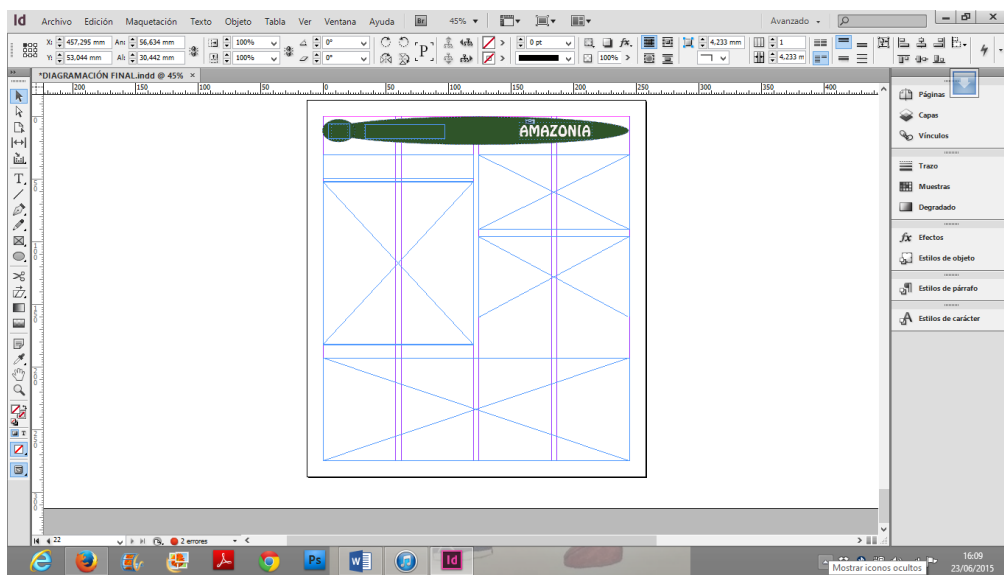
21



22

23

## Contraportada



24

## **TERCERA PARTE**

## **Producción de textos**

Para la producción de los textos informativos, se trabajó con varios géneros periodísticos como noticias, reportajes, entrevistas, y artículos. Con el objetivo de satisfacer las necesidades adquiridas por el público mediante un estudio empírico en el área de influencia.

Para la sección “Provinciales” se realizó un reportaje sobre los proyectos de producción que ejecuta el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (Magap). Seguido por dos noticias destinadas a la economía provincial.

La sección “Morona” que hace referencia a acontecimientos producidos en el cantón Morona, se realizaron seis noticias sobre temáticas de vialidad, producción, operativos de control y economía. Además de un reportaje sobre la administración y proyectos del alcalde del cantón Morona.

En la sección “Editorial” se realizó dos artículos de opinión pública sobre temas de interés. Y un artículo por parte del medio informativo “Amazonia” que difunde su pensamiento ideológico.

En la sección “Sucúa” contenida por información de temáticas de economía, salud y producción que destaca al cantón Sucúa, se desarrolló dos noticias y un amplio reportaje sobre los proyectos realizados y la administración del alcalde del cantón Sucúa.

Para la sección “Macas” se plasmó mediante una noticia, contenidos de educación y a través de un reportaje creativo se informó sobre un proyecto juvenil radial.

Las páginas intermedias se destinaron parte de la sección “Macas”, mediante una temática sobre las festividades de fundación y cantonización de la ciudad Macas; se desarrolla 7 noticias resumidas sobre los acontecimientos y eventos realizados durante la temporada festiva.

La sección “Turismo” se distribuyó para un reportaje creativo sobre lo que ofrece el complejo turístico “Laberinto de Chiguaza”

En la Sección “Cultura”, a través de cuatro noticias se emitió información sobre eventos realizados por la Casa de la Cultura de Morona Santiago. Además, de difundir

un amplio reportaje sobre el Origen del Pueblo Macabeo realizado por el Licenciado Marcelo Noguera, director de la Casa de la Cultura.

Para la sección “Deportes” se elaboró una entrevista de perfil a la nadadora Samantha Arévalo. Además, en la página 21 se incluyó una noticia sobre la sexta edición de los Juegos Deportivos Nacionales 2015.

De acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio de mercado, se incluyó la sección “Salud”, con un artículo realizado por la doctora Paola Ávila, sobre el cuidado dental y la necesidad de ortodoncia.

En la página 23, acorde con los planteamientos realizados en las encuestas del público, se elaboró la sección “Entretenimiento”, que incluye un crucigrama, contenidos de curiosidades y clasificados.

Finalmente, en la página 24, que corresponde a la contraportada, se ubicó la sección “Publicidad”, en donde también se incluyó un mapa de ubicación de centros turísticos.

## Producción de fotografías

Las fotografías son realizadas en base a los contenidos periodísticos como complemento a la emisión de información. Cada fotografía contiene su correspondiente pie de foto.

En la portada, como parte del friso, se incluyó tres fotografías periodísticas que presentan los temas de los avances; además, la fotografía principal es artística, por cortesía de Gustavo Cruz, participante del evento de la Galería Fotográfica realizado el viernes 29 de mayo.

En las páginas interiores, las mayorías de las fotografías son periodísticas, cinco son de cortesía, y las restantes son de propiedad del medio de comunicación. En todo el periódico existen tres fotografías artísticas.

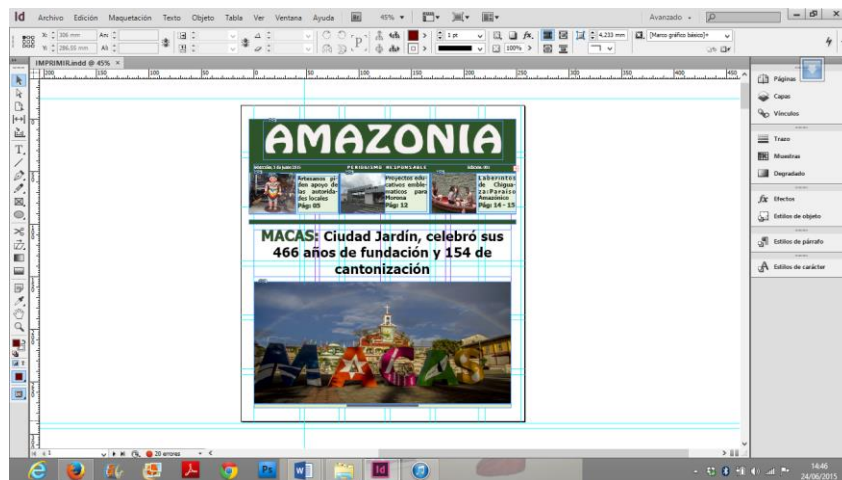
Para la producción de las fotografías, es necesario visualizar a través del panorama el contenido que se desea plasmar, incluyendo los objetos, paisajes o personajes que emiten un mensaje de acuerdo a todo el contexto periodístico.

Además, para realizar las fotografías periodísticas es necesario e importante respetar los artículos emitidos por la Ley de Comunicación, que instituye prudencia por parte del medio de comunicación al difundir imágenes identificativas que atenten contra la dignidad o los derechos de los ciudadanos.

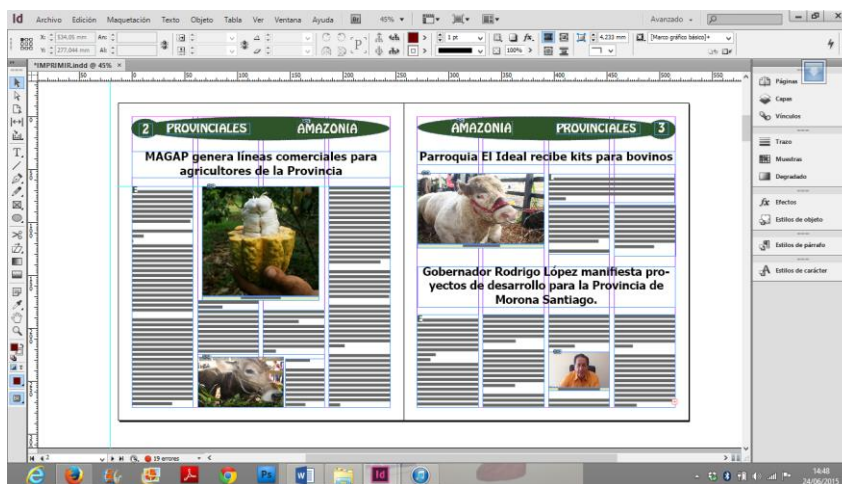
# Diagramación

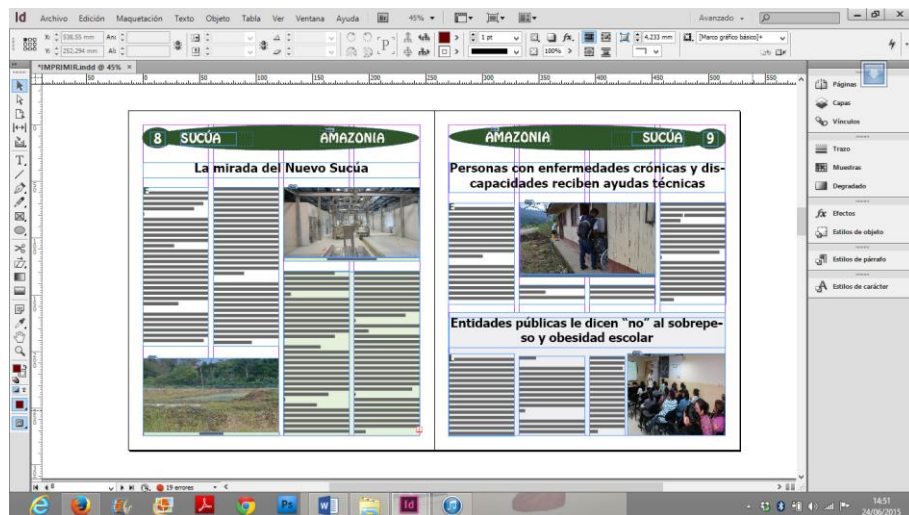
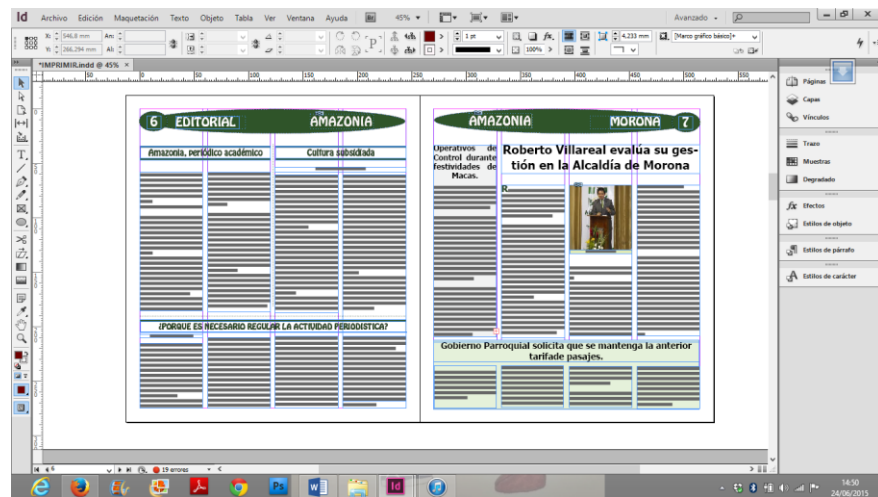
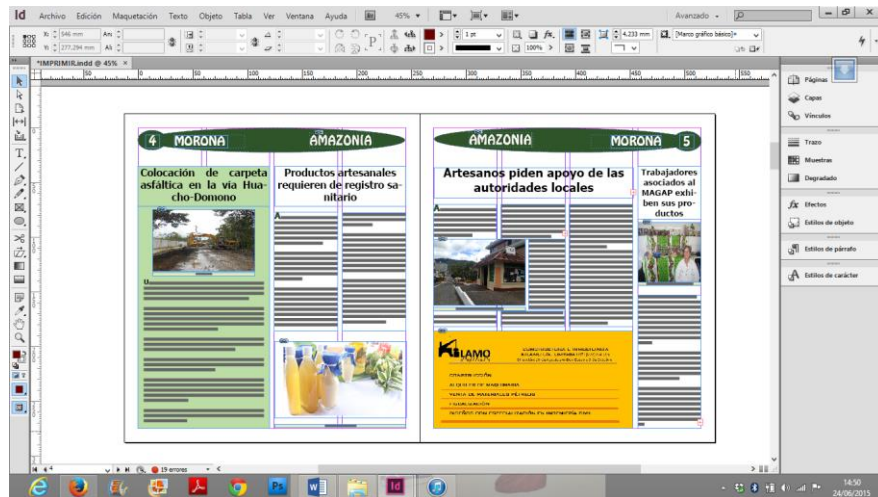
Una vez realizado todo el proceso de diseño y maquetación del periódico “Amazonia”, se procede a desarrollar la fase de diagramación de textos e imágenes.

## Portada

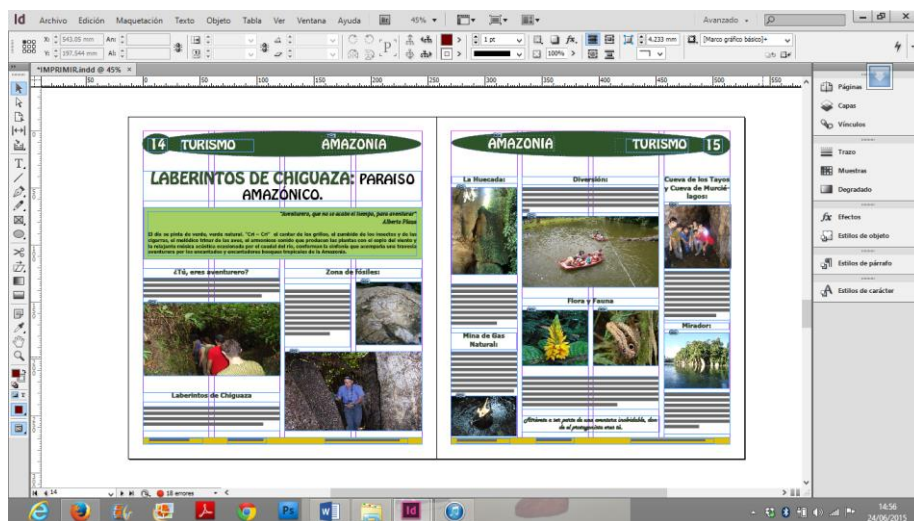
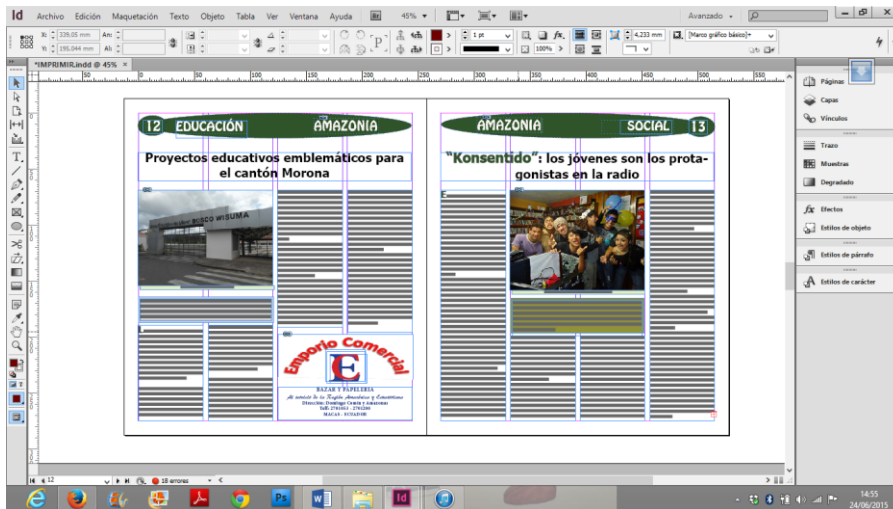
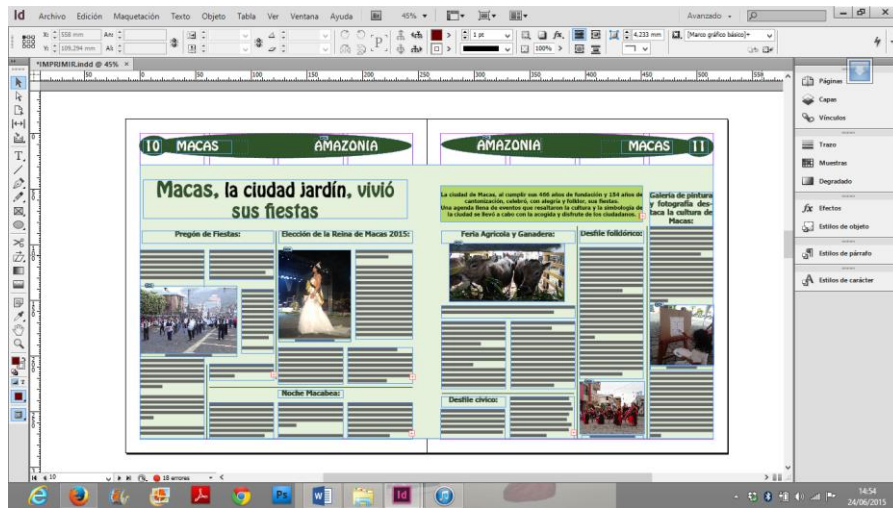


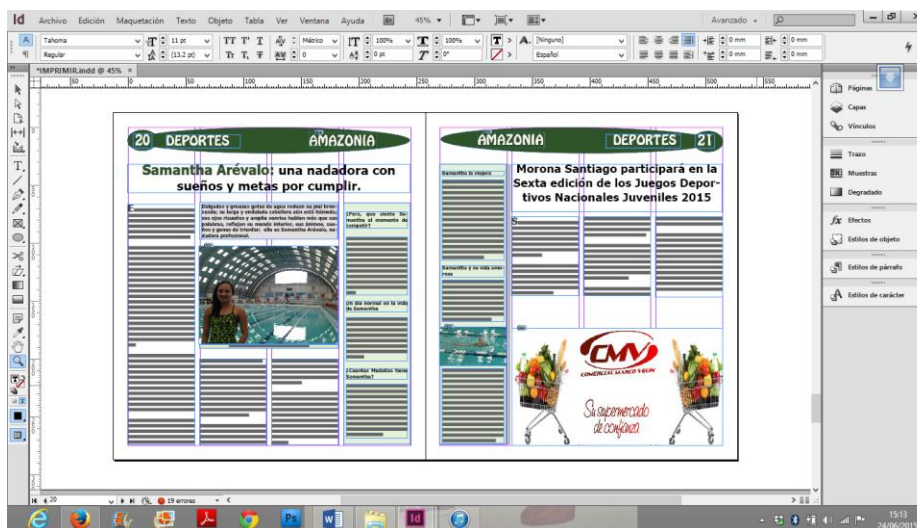
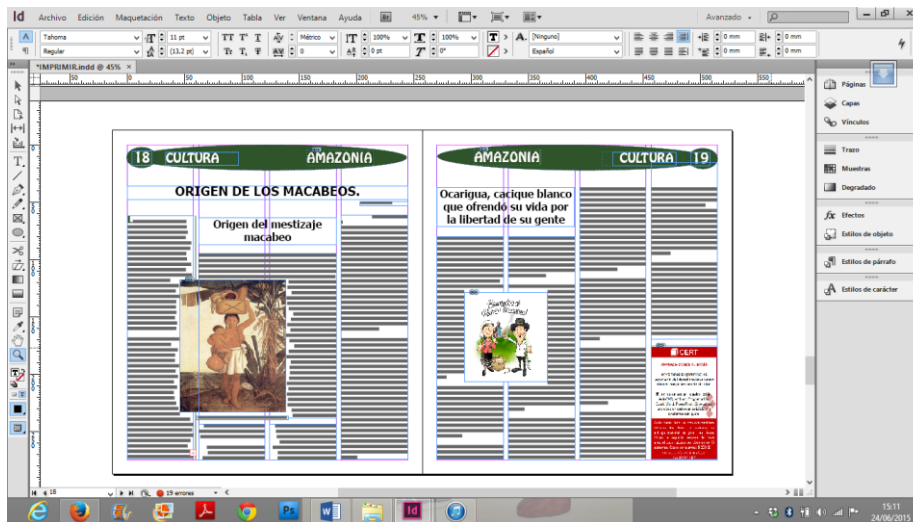
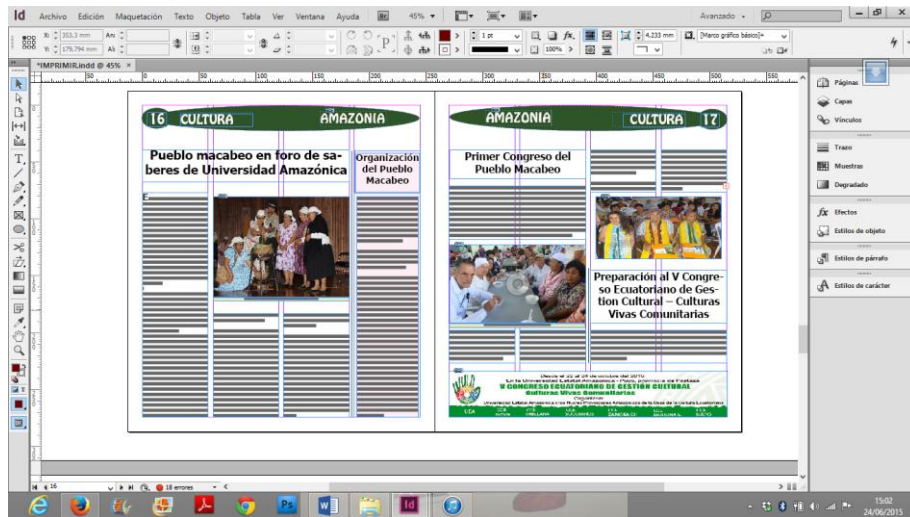
## Páginas Interiores y Secciones

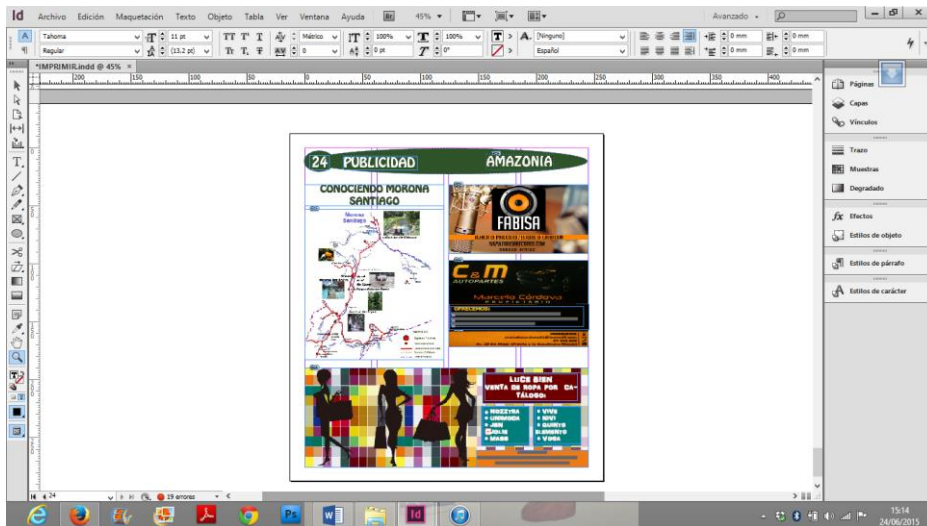
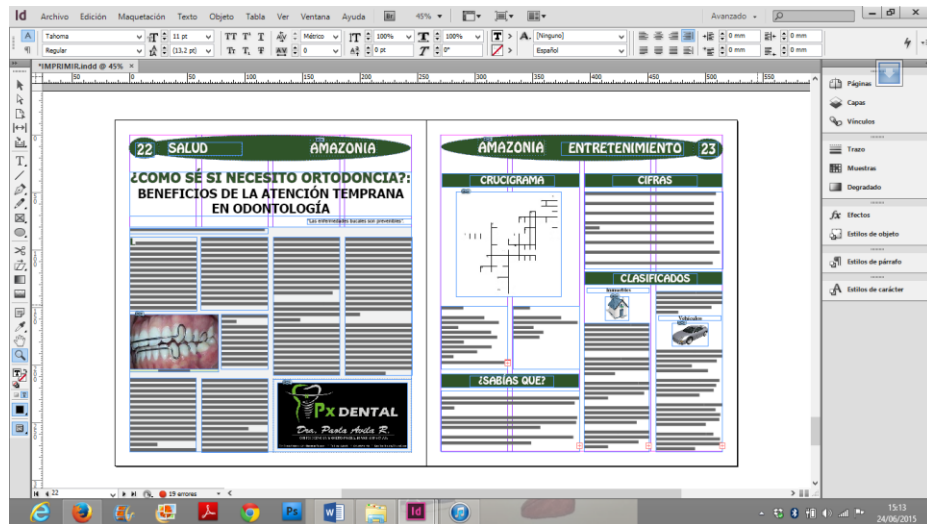












## **CUARTA PARTE**

## **Informe de divulgación**

La distribución de 1.000 ejemplares de la edición N°1 del periódico semanal "Amazonia" se realizó en los sectores urbanos de los cantones Morona y Sucúa; debido a la diferencia de la densidad poblacional entre ambos cantones, se entregó 650 ejemplares en el cantón Morona y 350 en el cantón Sucúa.

Los principales puntos de distribución fueron establecidos de acuerdo al estudio de mercado realizado en el área de influencia: se verificó que el 24% de ciudadanos pertenecientes al cantón Morona y el 66% del cantón Sucúa prefieren comprar el periódico en el terminal de su cantón.

Mientras que el 16% de ciudadanos del cantón Morona y el 44% del cantón Sucúa enfatizaron su preferencia por adquirir el medio impreso en locales comerciales cerca de sus lugares de vivienda o trabajo.

Otros de los lugares de distribución del periódico son las entidades públicas de ambos cantones, y las empresas privadas que fueron parte de la publicidad.

## Conclusiones

El periódico como herramienta de comunicación, es de vital importancia para informar a grandes y pequeñas sociedades, además del nivel de influencia que tiene en la conformación de sectores de opinión pública.

Los géneros periodísticos son parte primordial del periódico, pues a través de sus estilos informativos e interpretativos, brinda al lector la capacidad de informarse de los eventos noticiosos suscitados en su entorno.

La información publicada por el medio impreso debe contener hechos relevantes, de interés social y de actualidad.

Para la creación de un periódico, es importante que se desarrolle previamente un estudio empírico de factibilidad del mismo, con el objetivo de conocer al público destinado, satisfacer al cliente y brindar información de calidad, basada en la ética periodística.

El comprobado requerimiento de los ciudadanos lectores y no lectores del cantón Morona y Sucúa, que están dispuestos a adquirir un nuevo periódico que cubra sus expectativas y satisfaga sus preferencias, conlleva a la creación del periódico semanario “Amazonia” con información de interés, y difusión de contenidos que complazcan al cliente.

A través del análisis de mercado se comprueba que el periódico semanal “Amazonia” puede auto-sustentarse con la venta de su producto y mediante espacios publicitarios.

El diseño, maquetado y diagramación del periódico debe ser elaborado de manera creativa, de tal manera que llame la atención del público objetivo.

Una vez ejecutado el periódico, es importante contar con un plan de divulgación basado en los resultados obtenidos en el estudio de mercado, donde se visualiza los lugares estratégicos que permitirán que el periódico llegue hacia los sectores determinados.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ❖ André, G. (2005). *Historia del periódico y su evolución tipográfica*. España: Valencia.
- ❖ Borrat, H. (2005). *Periódicos de calidad: primeras propuestas para una lectura crítica. Lección publicada en el Portal de la Comunicación/Institut de la Comunicació UAB*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- ❖ Clauso, R. (2007). *Cómo se construye las noticias: Secretos de las técnicas periodísticas*. Buenos Aires: La Crujía.
- ❖ del Palacio Montiel, C. (2006). *La prensa como objeto de estudio. Panorama actual de las formas de hacer historia de la prensa en México*. México: Comunicación y Sociedad.
- ❖ Enrique Gil, J. O. (2002). *Repensar la Prensa*. Barcelona: Talleres de A 8M.
- ❖ Ghinaglia, D. (2007). *Taller de Diseño Editorial*. El diseño Editorial.
- ❖ Gomis, L. (2008). *Teoría de los géneros periodísticos (Vol 1)*. UOC.
- ❖ Gürtler, A. (2005). *Historia del periódico y su evolución tipográfica*. . España: València : Campgràfic, 2005.
- ❖ Ministerio de Educación, C. y. (2012). *La prensa, un recurso para el aula*. . Intef.
- ❖ Mora, A. (2012). *La prensa en la historia del Ecuador: una breve visión general*. Quito: Paper Universitario.
- ❖ Navarro, E. (2007). *Historia de la Prensa*. Inglaterra: catedu.
- ❖ Pena de Oliveira, F. (2006). *Teoría del Periodismo*. . Sevilla: Comunicación Social S.C.
- ❖ Pérez, Z. P. (2011). *Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta*. . Revista Electrónica Educare.
- ❖ Pierre.J.A. (2005). *El fotoperiodismo*. Buenos Aires: La Marca.
- ❖ Rubio, J. L. ( 2009). *La crisis del modelo económico de la industria de los periódicos. Vol 15*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- ❖ Sohr, R. (1998). *Historia y Poder de la Prensa*. Andrés Bello.
- ❖ Taufic, C. (2005). *La autorregulación del periodismo. Manual de ética periodística comparada*. Santiago de Chile: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.
- ❖ Velásquez , C. M., Gutiérrez, L. M., Salcedo, A., Torres, J. H., & Valderrama, J. (2005). *Manual de géneros periodísticos*. Bogotá: Universidad de La Sabana.
- ❖ Vivaldi, G. (2006). *Curso de Redacción: Teoría y Práctica de la composición y el estilo*. España: Thomson.

## ANEXOS

### ANEXO 1: Formato de Encuestas.

Solicitamos su colaboración para contestar de manera sincera las siguientes preguntas:

El objetivo de la encuesta es académico, y consiste en realizar un estudio de

**1. ¿En qué cantón reside usted?**

Morona ( )

Sucúa ( )

**2. ¿Lee usted periódicos?**

SI ( )

NO ( )

(En caso de que su respuesta sea NO, por favor, diríjase a la pregunta 9)

**3. ¿Qué medio impreso de la Provincia de Morona Santiago lee usted?**

La Randimpa ( )

El Observador ( )

Exprésate Morona Santiago ( )

Otro (Especifique): \_\_\_\_\_

**4. ¿Con que frecuencia usted adquiere periódicos o revistas?**

Diaria ( )

Semanal ( )

Quincenal ( )

Mensual ( )

**5. ¿Estaría usted dispuesto a comprar un nuevo periódico semanario de calidad, realizado para el Cantón Morona?**

SI ( )

NO ( )

**6. Seleccione el lugar que usted elegiría para comprar el periódico**



Terminal ( )      Distribuidor ( )      Local comercial ( )  
Otros (Especifique) .....

**7. Qué valor estaría dispuesto a pagar por un periódico semanal con noticias e información de interés.**

25 ctvs. ( )                      30 ctvs. ( )                      40 ctvs. ( )  
50 ctvs. ( )                      60 ctvs. ( )                      70 ctvs. ( )

**8. ¿Seleccione las secciones del periódico que prefiere leer?**

Economía ( )      Política ( )      Cultura ( )      Deportes ( )  
Educación ( )      Entretenimiento ( )      Cantonales ( )      Provinciales ( )  
Opinión ( )      Farándula ( )      Consejos para el Hogar ( )

Otros (especifique) .....

(Su encuesta ha culminado, Gracias por su colaboración)

**9. ¿Cuál es el motivo por el que usted no lee medios informativos impresos?**

No le gusta leer ( )  
Pésimos textos informativos ( )  
No encuentra temas de su interés en los periódicos ( )  
Mala Redacción periodística ( )

**10. ¿Estaría dispuesto a adquirir un periódico semanal que contenga temas de su interés?**

SI ( )                      NO ( )

**11. Seleccione a continuación los temas que le interesarían leer:**

Economía ( )      Política ( )      Cultura ( )      Deporte ( )  
Educación ( )      Entretenimiento ( )      Cantonales ( )      Provinciales ( )  
Opinión ( )      Farándula ( )      Tecnología ( )      Clasificados ( )  
Turismo ( )      Gastronomía ( )      Consejos para el Hogar ( )  
Consejos de salud ( )      Consejos laborales ( )

Otros (Especifique) .....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**ANEXO 2:** Tarifario del semanario Amazonia.



## TARIFARIO 2015

### AVISOS COMERCIALES

#### PÁGINAS INTERIORES

	INDETERMINADAS	DETERMINADAS
Una página	\$ 180	\$ 200
Media página	\$ 90	\$ 100
Cuarto de página	\$ 50	\$ 55
Octavo de página	\$ 28	\$ 33
Centímetro x columna	\$ 6	\$ 8

#### PORTADA

Octavo de página	\$ 80
Centímetro x columna	\$ 16

#### CONTRAPORTADA

Octavo de página	\$ 60
Centímetro x columna	\$ 13

### AVISOS ESPECIALES

	INDETERMINADA	DETERMINADA
Una página	\$ 180	\$ 190
Media página	\$ 100	\$ 105
Cuarto de página	\$ 60	\$ 65
Octavo de página	\$ 40	\$ 45
Centímetro x columna	\$ 10	\$ 12
Convocatorias	\$ 26	\$ 29
Avisos Políticos	\$ 32	\$ 35
Anulaciones	\$ 4	