UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE CUENCA

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

"Creación del semanario El Altiplano para el Cantón Marcabelí"

Tesis previa a la obtención del título de Licenciado en Comunicación Social

AUTOR:

Víctor Fernando Bravo Encalada

DIRECTOR:

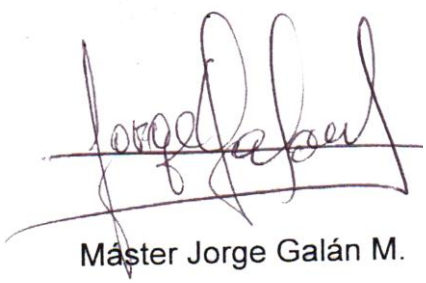
Máster Jorge Galán

Cuenca 2013

Yo, Víctor Fernando Bravo Encalada, autor de la presente tesis me responsabilizo del contenido de investigación, y autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana el uso de la misma con fines académicos.

Víctor Fernando Bravo E.

Yo, Jorge Galán, Docente de la Universidad Politécnica Salesiana, y director de tesis, certifico que el presente trabajo investigativo fue realizado por el estudiante Víctor Fernando Bravo Encalada, bajo mi dirección.



Máster Jorge Galán M.

Dedicatoria

Este proyecto, lleno de tantas anécdotas, se lo dedico a mis padres; para ti papá por tu sacrificio constante, y a ti mamá por tus sabios concejos, por todo lo que hicieron para que yo pueda culminar mi carrera.

Dedico también a mis hermanas y hermanos, que compartieron este sueño.

A mi pueblo natal, Marcabelí.

Víctor Fernando Bravo E.

Agradecimiento

Nada se puede realizar sin tu bendición, gracias Dios, padre celestial.

Gracias también a quienes desinteresadamente formaron parte de este proyecto; Ana Francisca Delgado, Adela, Araujo, César Pinos Espinoza, gracias de verdad.

A mi director de tesis, Jorge Galán, y a todos los docentes de la carrera, gracias por cada conocimiento nuevo adquirido.

Víctor Fernando Bravo E.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN 1

CAPÍTULO 1 2

GENERALIDADES 2

1.1 El periodismo impreso 2

1.1.1 Originen del periodismo impreso 3

1.1.2 El Periódico 4

1.1.3 La revista 6

1.2 Tipos de periódicos 7

1.3 Periódicos significativos del Ecuador 10

1.3.1 Diario El Telégrafo de Guayaquil 11

1.3.2 Diario El Comercio de Quito 12

1.3.3 Diario El Universo de Guayaquil 13

1.3.4 Diario El Mercurio de Cuenca 14

1.3.5 Diario Extra de Guayaquil 15

1.3.6 Diario Hoy de Quito 15

1.4 Análisis de los periódicos en la provincia de El Oro 16

1.4.1 El Nacional 18

1.4.2 Diario Correo 24

1.4.3 Diario Opinión 30

1.4.4 Diario La Hora 36

CAPÍTULO 2 43

GÉNEROS PERIODÍSTICOS PARA PRENSA 43

2.1 Géneros informativos 43

2.2 Géneros de opinión 55

2.3 Géneros interpretativos 58
2.4 La fotografía como género periodístico 63
CAPÍTULO 3 70
COMPONENTES DE UN PERIÓDICO 70
3.1 La tipografía 70
3.1.1 La familia tipográfica 71
3.2 Elementos icónicos y verbales 76
3.2.1 Elementos icónicos 76
3.2.2 Elementos verbales 78
3.3 Secciones de un periódico 79
3.3.1 Las Secciones 80
3.4 Diseño, maquetación y diagramación 81
3.4.1 Diseño 81
3.4.2 Maquetación y diagramación 84
3.4.3 Elementos de la diagramación 85
CAPÍTULO 4 89
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD 89
4.1 Estudio del mercado en Marcabelí 89
4.1.1 Briefing 90
4.1.2 Resultados 93
4.1.3 Análisis de Mercado 94
4.2 Las fuentes noticiosas 100
4.2.1 Fuentes informativas en la provincia de El Oro 102
4.2.3 Fuentes Informativas en Marcabelí. 102
4.3 Estudio económico 103

4.3.1 Inversión 103
4.3.2 Capital de trabajo 103
4.3.3 Personal 104
4.3.4 Ventas 104
4.3.5 Inversión 105
4.3.6 Costos de productos 106
4.3.7 Proyección de la empresa 106
4.4 Propuesta de empresa El Altiplano 106
4.4.1 El nombre 106
4.4.2 Productos y servicios 107
4.4.3 Razón social 107
4.4.4 Organización administrativa 107
4.4.5 Misión y Visión 108
4.4.6 Valores 108
4.4.7 Logotipo 109
CAPÍTULO 5 110
PRODUCTO FINAL; EL ALTIPLANO 110
5.1 Planteamiento del producto 110
5.1.1 Secciones 110
5.1.2 Páginas 111
5.1.3 Número de columnas 111
5.1.4 Tipografía 111
5.1.5 Color 112
5.1.6 Tamaño 112
5.2 Compilación de Material 113

5.3 Diseño y diagramación de El Altiplano 122
5.3.1 Adobe Illustrator 122
5.3.2 Adobe InDesign 123
5.3.3 Proceso de diagramación de EL ALTIPLANO 124
5.4 Plan de circulación 159
CONCLUSIONES 162
RECOMENDACIONES 164
FUENTES DE CONSULTA 165

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de tesis tiene como fin la creación del semanario “EL ALTIPLANO” para el cantón Marcabelí, ubicado en la parte alta de la provincia de El Oro, el interés de realizar este trabajo surge con la importancia que tienen los medios de comunicación social para el desarrollo de la sociedad actual .

Las técnicas y métodos utilizados para el desarrollo de este trabajo están sustentados en la investigación del periodismo impreso, análisis en los diarios existentes en la provincia de El Oro, investigación del mercado para un nuevo periódico en Marcabelí, y la recopilación de material para la primera edición del semanario.

El eje central de este proyecto es la creación de un semanario para Marcabelí, previo estudio de factibilidad, y poner en práctica los conocimientos adquiridos por el autor en los cuatro años de formación académica, en las áreas de fotografía, redacción, diagramación.

Sintetizando el contenido de este trabajo investigativo podemos centrar cuatro puntos; Periódicos importantes en el Ecuador, diarios en la provincia de El Oro, producción de un periódico siguiendo el debido proceso.

CAPÍTULO 1

GENERALIDADES

1.1 El periodismo impreso

El periodismo impreso es la actividad humana, creada con el fin de satisfacer la necesidad de información de las personas. Sus orígenes se remontan a .la creación de la imprente por Johannes Gutenberg, invento que dio la pauta para el inicio de la industria en lo que a recopilación e impresión de textos se refiere.

Como señala(Galàn, 2002) “El invento de Gutenberg en el año 1445, brindó mayores facilidades a la reproducción de la escritura y, por lo tanto, el periódico no tardo en surgir”, la versión del autor sobre el surgimiento del periódico es la más acertada y la aceptada por varios teóricos y estudiosos del origen del periodismo. Hay que añadir, sin este invento no se hubiese generado la revolución en la impresión y distribución de textos.

En la actualidad vemos libros, revistas, periódicos, que están al alcance de cualquier persona, pero en mayor cantidad los diarios impresos, que como su nombre lo indica se publican con una frecuencia diaria, lo que permite que las personas se familiaricen con la realidad cotidiana ya sea a nivel local, regional, nacional o mundial.

La misma realidad que reflejan los medios impresos, sirve también para influir en la forma de pensar, o de vivir de las personas, por eso muchos señalan al periodismo como un “Poder” dominante en la sociedad.

El periodismo impreso se ha convertido en la herramienta clave para difundir información obtenida de varias fuentes que sean de interés para el lector, ya sea a través de periódicos o revista.

1.1.1 Orígenes del periodismo impreso

Luego del invento de Johannes Gutenberg, todo se facilitó para la impresión de textos, existía la imprenta pero aun no el papel, aunque Carlos Barrera señala que: “En China existía el papel desde el año 105 a. C., pero su método de fabricación con materias vegetales descompuestas se mantuvo en secreto (…)”(Barrera, 2004), Podríamos decir que los orígenes del periodismo impreso se remontan a estas dos instancias; al invento de la imprenta, y a la creación del papel, ya que siglos después el papel producto del ingenio de los chinos seria conocido por los árabes y luego introducido a Europa en el siglo XII.

La necesidad de tener constancia de los actos, o distribuir anuncios de los gobernantes era latente pero aún no se ponía a punto una técnica, por lo que tardo tres siglos en llegar la impresión.

El primer paso para llegar hasta la impresión lo dieron los orfebres europeos, los mismos que “imprimían” imágenes religiosas; el rostro se Jesús y de algunos santos, estas hojas fueron muy vendidas en la época lo que les motivo a desarrollar imágenes acompañas de cortos textos.

Desde el inicio de la humanidad el hombre ha sentido la necesidad de comunicarse no solo para poder sobrevivir si no para marcar su espacio en la sociedad en la cual habita.

Héctor Troyano en su libro(Troyano Guzman, 1993) señala que el periodismo en sus inicios era muy distinto al periodismo actual, como tal nace en Roma, según el autor, cuando se comenzaron a realizar comentarios, análisis, se difundían actas en donde aparecían noticias sobre la sociedad sucesos y comentarios referentes a temas que para el escritor o periodista eran interesantes.

El periodismo se convertiría en trabajo para varias personas con la llegada de la impresión de periódicos continuos, el primer periódico de este tipo en América, surgió en México en 1722 bajo el nombre de “La Gazeta de México”.

En el siglo XVII las publicaciones toman auge en América, y con ello el periodismo, aunque en ese entonces no se necesitaba una formación académica, solamente bastaba con saber leer y escribir, fue así que en Ecuador apareció 1792 el primer periódico, llamado “Primicias de la cultura de Quito”.

1.1.2 El Periódico

La base en la que se sustenta el periodismo impreso, es el periódico, ya que a través de este medio, los periodistas y las personas que se dedican a ejercer el periodismo, logran difundir las noticias recopiladas durante la jornada.

“Eric W. Allen un historiador y estudioso de los medios de información, hizo una lista de siete condiciones que debe tener una publicación para ser considerada periódico” (Villamar Borda, 2004), enmarcándose en el concepto de periodicidad, Allen otorga el título de periódico a las publicaciones que cumplen las siguientes condiciones.

- Aparecer por lo menos una vez a la semana.
- Reproducirse por medios mecánicos (no a mano).
- Estar disponible para ser comprado por quien desee hacerlo.
- Contener materia de interés general, lo cual excluye algunas publicaciones religiosas o de negocios o de cualquier tema especializado
- Ser atractivo para un público de nivel ordinario de alfabetismo
- Ser oportuno, es decir, con contenido no viejo
- Tener estabilidad

Pero si realizamos un análisis minucioso a los enunciados de Allen, nos percatamos que hay uno que va en contra de lo que hoy se conoce como periódicos especializados, los mismos que se enfocan en determinados temas haciendo un completo estudio y seguimiento a profundidad,

entonces para el historiador antes mencionado las publicaciones con temáticas especificas no serían periódicos, en la actualidad existen muchos periódicos especializados un ejemplo es “La Hípica” de Chile que reúne información solo de esta actividad.

En esta confrontación de puntos de vista, nos lleva a ver la realidad cambiante de la cual el periodismo y sus conceptos han sufrido estragos, si bien es cierto cambiar el concepto no significa que cambien la esencia en si de lo que es el periódico.

El periódico, entiéndase así al conjunto de personas que conforman una empresa o entidad, pública o privada, con el fin de recopilar noticias, darles un cuerpo, y difundirlas mediante la publicación.

La invención del papel, de los manuscritos, de la imprenta y luego la del periódico son acontecimientos que han cambiado el rumbo de la humanidad.

Los orígenes del periódico datan de los años a.C, exactamente en el año 59, en la Antigua Roma, donde se difundía el “Acta Diurna” bajo orden de Julio Cesar, en la publicación existía información del senado y de eventos relevantes.

Si revisamos la historia nos encontraremos que en el “Acta Diurna”, tenía en ese entonces las características de un medio local de los que existen en la actualidad, información y anuncios que captaban la atención de las personas de la época.

Se podría decir que “Acta Diurna”, es la primera publicación periódica de la historia de la humanidad.

Pero el primer periódico como tal, surge en Inglaterra en 1702, bajo el nombre de “The Daily Courant”, este se imprimió en una sola hoja, ocupando una sola página, impulsado por Elisabeth Mallet.

Rubén Gil establece al 11 de Marzo como el día que surgió el periódico, pero rechaza de que Mallet sea la primer mujer dedica al periodismo, ya que según él, se tiene conocimiento de que en 1688, existió una impresora de noticias española.(Gil, 1993)

Luego de esto, el periódico no tardo en tener su auge, y rápidamente varias publicaciones periódicas surgieron a lo largo y ancho del mundo.

En América el primer periódico surgió en México en 1722, Guatemala 1729, Perú 1743, Venezuela1808, en estos países todos llevan el nombre de "Gaceta" acompañado por el nombre del lugar donde se publicaría.

Antes de esto, en Estados Unidos ya existían publicaciones periódicas como la que fundo John Campbell, en 1704, el primer diario estadounidense surgió en Filadelfia, en 1783.

En Ecuador la llegada de la imprenta en 1754 no dio inicio a las publicaciones periódicas al contrario de lo que había sucedido en otros países, fue hasta medio siglo más tarde que se publicó el primer periódico ecuatoriano

"El primer periódico apareció a finales del siglo XVIII, bajo un título totalmente diferente de sus colegas del resto del continente: Primicias de la cultura de Quito"(Piñeiro, 2006)**)**

Primicias de la cultura de Quito fue fundado por Eugenio Espejo el 5 de enero de 1792, dicha fecha es recordada en la actualidad como el día del periodista ecuatoriano.

1.1.3 La revista

Dentro del periodismo impreso otra de las bases en la que se sustenta esta actividad es la revista. La historia de la revista está vinculada

estrechamente con la del surgimiento del periódico, ya que ambos tratan de informar al lector; El periódico de una manera inmediata, y la revista haciendo un análisis más profundo de los hechos.

En el año 1663 surge la primera revista, en Alemania, denominada “Erbauliche Monaths-Unterredungen”, pero antes de esta publicación ya existieron otras que daban información sobre el clima, y enriquecían su contenido con temas de interés para quienes las leían, la revista surgió varias décadas antes del periódico.

Más tarde, en el siglo XVIII, surgen los almanaques, estos eran editados anualmente e incluían información, concejos, y pequeñas lecturas que se tornaban agradables al lector.

En la actualidad las revistas se han extendido por todo el mundo, con publicaciones anuales, semestrales, trimestrales, bimestrales y mensuales, las mismas que cada vez adquieren mayor cantidad de lectores ya sea por la temática, o por las novedades que presenten en cada edición.

Por el análisis a profundidad que las revistas realizan de los temas que vinculan a la sociedad, ha hecho que esta sea una herramienta para influenciar a través de los textos e imágenes que muestra aunque en menor porcentaje que los otros medios.

Alrededor del mundo se publican revistas de diferentes temáticas pero todas enmarcadas en los cuatro grandes grupos en los cuales se las clasifica; especializadas, informativas, científicas y de entretenimiento.

1.2 Tipos de periódicos

El constante cambio de la sociedad, ha traído consigo la evolución del periodismo impreso, mediante la especialización del periódico en diferentes temáticas.

Hoy en día encontramos periódicos con énfasis en determinados temas, ya se economía, deportes, cultura, también existen los que abarcan información en general, los mismos que son los más comercializados, por brindar al lector variedad de contenidos.

Según (MINISTERIO DE EDUCACIÓN, 2008) los periódicos se clasifican por su periodicidad, el formato, La orientación ideológica del medio, su ámbito de difusión etc.

De acuerdo a la periodicidad agrupa a los periódicos de la siguiente manera.

a) **Prensa Diaria:** Circula todos los días, recogiendo los hechos más relevantes que aconteces dentro del ámbito de cobertura del periódico.
b) **Prensa periódica no diaria:** Muestra al espectador una realidad permanente, que está vigente durante un determinado tiempo, un claro ejemplo son los semanarios, o revistas que realizan un análisis más exhaustivo de lo acontecido.

De acuerdo al contenido y orientación existen cuatro grupos de periódicos

a) **Periódicos generales informativos:** clasifican la información por secciones y ofrecen la mayor cantidad de noticas posible al lector.
b) **Periódicos Sensacionalistas:** Forman parte de la llamada “Prensa Amarilla”, el contenido de este tipo de periódico está dirigido hacia los sentimientos de las personas con el fin de crear una reacción a través de los sentimientos.
c) **Periódicos híbridos:** Estos ofrecen un tanto de las dos clasificaciones anteriormente explicadas, combinan información con sensacionalismo.
d) **Periódicos especializados**: Se centran en un tema específico para informar, ya sea ciencia, tecnología, bienestar, salud, deportes, política, economía, educación, entre otros temas.

Teniendo en cuenta el formato, los periódicos se clasifican de la siguiente manera según la publicación antes mencionada.

a) **Sábana o estándar:** Son los periódicos que se enmarcan en un tamaño de 50 centímetros o más.
b) **Bernier o medio**: Este formato se caracteriza por la medida de 45 a 49 centímetros.
c) **Tabloide:** Su tamaño proporcional en centímetros es de 27 por 34, con algunas variantes dependiendo del país.
d) **Bolsillo o Cuarto:** Este formato fue utilizado por grandes diarios cuando surgieron, como fue el caso de ABC, pero luego por rentabilidad y comodidad para el lector tuvieron que adaptarse a otros formatos. Su medida es de 36 o menos centímetros.

Varios son los autores que clasifican los tipos de periódicos desde su perspectiva, en el caso (Thomas C. O`Guin, 2006) Manifiesta que "Los periódicos se clasifican por la audiencia meta, la cobertura geográfica, y la frecuencia de la publicación".

a) **Audiencia meta:** la audiencia se clasifica según al público especifico al que llegan, hay cinco tipos de periódicos que acaparan la atención de determinados grupos:
    - Periódicos para la población general
    - Periódicos de negocios
    - Periódicos étnicos
    - Periódicos para gays y lesbianas
    - Prensa alternativa
b) **Cobertura geográfica:** Los periódicos también pueden llegar a clasificarse por el alcance que tienen en cuanto a su distribución, esta puede ser a nivel local, regional o nacional.
c) **Frecuencia de publicación:** Mediante la frecuencia con la cual los periódicos llegan al lector, también podemos clasificarlos, en diarios, semanarios, quincenarios, mensuarios y anuarios.

1.3 Periódicos significativos del Ecuador

El nacimiento del primer periódico ecuatoriano se remonta a la época en la que el Ecuador era dominado por la corona española, fue en ese entonces que surgió “Primicias de la cultura de Quito”, circulando el 5 de enero de 1792, fundado por uno de los hombres más visionarios de la época, Eugenio Espejo.

“Noventa periódicos tenía Ecuador en la agonía del siglo XIX. Eran importantes, contaban con diseño moderno y profundidad de pensamiento”(Piñeiro, 2006), pero no todos han logrado mantenerse en circulación, a pesar de que muchos periódicos lograron convertirse en diarios tuvieron que desaparecer debido a problemas económicos.

Al desaparecer varios diarios en el País, se dio cabida al fortalecimiento de los que hoy conocemos como los periódicos más significativos del país.

Jorge Galán, señala que los periódicos de mayor influencia en el país son, El Telégrafo, fundado en 1884, El Comercio, que surgió en 1906, luego se fundó El Universo en 1921, después en 1924 nace en Cuenca El Mercurio, cincuenta años más tarde nace Extra, en 1974; y en Quito se constituye Hoy, en 1983.

En la actualidad nos percatamos que hay varios diarios que circulan en el Ecuador, pero cada uno tiene relevancia en el sector o localidad donde se publica, aunque la mayoría de diarios se imprimen en Quito y Guayaquil, al momento casi todas las capitales de provincias del país cuentan con un medio de comunicación que mantiene una publicación periódica; en Esmeraldas se imprime La Verdad, En Manabí circula El Diario, Imbabura cuenta con un periódico llamado El Norte, En Tungurahua existe El Heraldo, En Los Ríos El Clarín, entre otros, que sirven para mantener informada a una población en una cobertura que no va más allá de lo local y provincial.

1.3.1 Diario El Telégrafo de Guayaquil

Constituido como el decano de la prensa nacional, se ha convertido en un ejemplo siempre citado por los estudiosos del periodismo y su historia en el Ecuador.

EL TELÉGRAFO

DECANO DE LA PRENSA, FUNDADO EN 1884. PRIMER DIARIO PÚBLICO DE ECUADOR

JUEVES 12 SEPTIEMBRE 2013

LA JUNTA BANCARIA DETERMINÓ QUE DESDE 2014 LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS DEBEN APLICAR LA MEDIDA

Tarjetas de crédito deben llevar chip

Desde el próximo año, las tarjetas magnéticas deben tener obligatoriamente el nuevo dispositivo que incluirá una serie de preguntas adicionales al ingreso de la clave y un nuevo sistema informático. El objetivo es evitar la clonación y robos en los 3.250 cajeros automáticos que hay en el país

Cifras

4 millones

3.250

Actualidad

Un mes tomaría selección de nuevo Superintendente

Actualidad

Estación lleva 19 años reconociendo a fondo el Yasuní

Justicia

Mentalizadores de crímenes tendrían penas de 50 años

Piñera culpa a Allende del golpe militar

Presidente dijo que el líder socialista irrespetó el Estado de derecho en 1973

ALLENDE VIVE

MUNDO

Obama dice estar cansado de guerras, pero caería invasión

País

Eximbank financia el alcantarillado de Santo Domingo

HOY CIRCULA

Hábitat

Deportes

Cultura

Fue fundado en 1884, en sus inicios tubo entre sus filas a grandes representantes del periodismo ecuatoriano, como Manuel J. Calle, Joaquín Gallegos Lara.

Juan Murillo Miró, es el fundador de El Telégrafo, que en la actualidad ha logrado posesionarse en los lectores con sus ediciones regionales, que recoge las notas de una determinada región, un ejemplo es El Telégrafo del Sur, que realiza la cobertura a los acontecimientos en El Oro, Loja, Azuay, Cañar, Morona Santiago, Zamora Chinchipe, las coberturas regionales muestran también notas que se publican simultáneamente en las otras regiones, cuando estas son de interés nacional.

Actualmente El Telégrafo es dirigido por el periodista Orlando Pérez, y ha logrado posesionarse entre los diarios más leídos en el País, por su cobertura regional.

El estado ecuatoriano por medio del Ministerio de Telecomunicaciones es propietario de la mayoría de acciones del rotativo, a pesar de tener una administración estatal y ser identificado con el diario del proceso de la “Revolución Ciudadana”, no ha disminuido el número de lectores, esto debido a la gran cantidad de información variada mostrada en varias secciones: Información General, Política, Macroeconomía, Quito Metropolitano, Guayaquil Metrópoli, Judicial, Cultura, Sociedad, País, Deportes, Mundo, Ciencia y Tecnología, Entretenimiento.

1.3.2 Diario El Comercio de Quito

Fundado en la capital Ecuatoriana, Quito, en el año 1906. Su impulsador fue Celiano Monge el mismo que junto a los hermanos Cesar y Carlos Mantilla, le dieron al Ecuador una nueva forma de ver y apreciar la realidad.

EL COMERCIO

El buró de A. País boicoteó el debate petrolero

El reparto de 25 439 cupos para 8° de básica se anuló

La vigencia de la reforma está lista

El narcotráfico complica más a La Concordia

300 árboles patrimoniales hay en Quito

Edmundo Hidalgo ganó todo en los últimos 35 años

El Comercio se ha convertido en un icono de la prensa nacional ecuatoriana, formando parte de los procesos que han sido transcendentales para el país.

La estructura familiar ha estado siempre presente dentro de la administración de El Comercio, siendo administrado por personas relacionadas a una misma familia, en la actualidad el presidente del directorio es Fabrizio Acquaviva Mantilla, el presidente ejecutivo es Andrés Hidalgo y la directora general de Contenidos es Guadalupe Mantilla de Acquaviva.

En la década de los 80 el periódico estuvo a punto de quebrar por una crisis económica y el reclamo de sus empleados, pero la inversión de nuevos accionistas logro superar la crisis.

En 1996 este diario le apunta a la comunicación digital y lanza su versión virtual a través de la plataforma, www.elcomercio.com

Para sentirse respaldado internacionalmente El Comercio forma para del GDA, Grupo de Diarios de América, que reúne a los principales periódicos de varios países del continente americano.

En su primer número El Comercio imprimió 500 ejemplares, cantidad que ha vario muchísimo, en la actualidad se imprimen 100.000 ejemplares de lunes a viernes, y 120.000 los sábados, el mayor tiraje del rotativo se registra el domingo que alcanza los 180.000 ejemplares.

1.3.3 Diario El Universo de Guayaquil

Fue Ismael Pérez Pazmiño quien con su filantropía puso en circulación a El Universo, en 1921, este diario se ha convertido en uno de los más importantes de Guayaquil, además, ha logrado vender una buena imagen de ser un diario de todo el Ecuador con su eslogan, “El mayor diario nacional”.

EL UNIVERSO

Alumnos, sin Halloween

El rescate en mina orense, plagado de incertidumbre

Régimen organiza a 90 grupos para apoyo

Tras el 30-S, el Gobierno intensifica su propaganda

Venta de vehículos cerca de un récord

El Banco del IESS abre hoy sus puertas

El Universo ha logrado levantar revuelo internacional, debido a que ha enfrentado fuertes críticas de varios sectores y hasta un proceso judicial instaurado por Rafael Correa Delgado presidente de la República del Ecuador.

“No a las mentiras”, es el artículo escrito por Emilio Palacio que se publicó el 6 de febrero del 2011, Palacio se desempeñaba en aquel entonces como jefe de opinión del matutino guayaquileño, en este escrito se le acusa al presidente Rafael Correa de “haber ordenado fuego a discreción y sin previo aviso contra un hospital lleno de civiles y gente inocente”, lo que fue tomado como injurias calumniosas, por parte del primer mandatario el mismo que interpuso una demanda a título personal.

Diario El Universo perdió el proceso judicial, en el cual se les condena a sus directivos Carlos, César y Nicolás Pérez junto al jefe de opinión Emilio Palacio a una pena de tres años de cárcel y a pagar una suma de 30 millones de dólares, mientras que El Universo como compañía recibe una sentencia de un pago de 10 millones de dólares, pero luego de la repercusión nacional e internacional el presidente Rafael Correa decide perdonar a los implicados, y desiste de la demanda.

La historia del rotativo se ha venido construyendo desde que salió su primera edición el 16 de septiembre de 1921, formando así parte del grupo de periódicos que existían ya en la época, su línea editorialista

se veía marcada en sus inicios con el lema que surgió, "Por el Ecuador libre, próspero, indivisible y fuerte en la unión y el patriotismo de sus hijos", dicho lema no se mantiene, ya que en las publicaciones actuales El Universo se publica bajo un lema más corto.

1.3.4 Diario El Mercurio de Cuenca

Fueron dos visionarios hombres quienes fundaron El Mercurio, Nicanor Merchán Bermeo y Miguel Merchán Ochoa en 1924, convirtiéndose hasta la actualidad en el principal diario del austro ecuatoriano.

La primera década de diario El Mercurio estuvo marcada por el paso de tres directores, el primero de ellos fue el doctor Carlos Aguilar Vásquez, le sucedió en el cargo el doctor Manuel Moreno Mora, El tercer director fue el señor José Sarmiento Abad.

El primer director de El Mercurio fue Nicanor Merchán Bermeo, quien estuvo al frente del diario hasta 1956, su dirección estuvo marcada por una modernización del periódico.

Este periódico se ha caracterizado por tener una imagen de empresa familiar, desde 1974 hasta 1987 dirigieron el periódico los cuatro hermanos Merchán Luco: Nicanor, Marina, Rita y Miguel. Hasta la presente fecha solo tres hermanos están al frente del periódico, se ha desvinculado de la empresa Miguel Merchán Luco.

Actualmente El Mercurio recoge información no solo de Cuenca sino de Azogues, Loja, y parte de la provincia de El Oro, que la agrupa en una sección llamada región, además ofrece una sección de turismo publicada todos los domingos donde se presentan reportajes de lugares exóticos y poco conocidos por la ciudadanía Azuaya.

1.3.5 Diario Extra de Guayaquil

Extra es en la actualidad el diario de mayor circulación a nivel nacional, llegando a los espectadores con noticias sensacionalistas que van desde asesinatos hasta los más raros casos noticiosos.

Hay que resaltar que este diario se ha caracterizado siempre por la publicación de noticas que despiertan cierto el morbo en las personas, acompañadas de fotografías exageradamente explicitas, y de contenido sexual.

El 23 de octubre de 1974 este diario vio la luz pública, utilizando desde sus inicios fotografías eróticas como enganches para el lector, fue fundado por Galo Martínez Merchán.

Aunque su fundador fue un reconocido político en el gobierno de José María Velasco Ibarra, esto no influyo en la estructura y el contenido del periódico, ya que lo que se muestra va dirigido netamente a la clase popular del Ecuador.

1.3.6 Diario Hoy de Quito

Diario Hoy desde su inicio en 1982, demostró su profesionalismo y las técnicas empleadas para su producción fueron innovadoras para la época, fue el primer periódico impreso a todo color en el país.

Fundado originalmente en Quito, Hoy muestra a sus lectores varias secciones, Política, Economía, Comunidad, Judiciales, Cultura, Sociedad, Deportes, Entretenimientos, e investigaciones de carácter semanal. En la actualidad este diario

también se edita en Guayaquil por ser la ciudad con el mayor número de habitantes del Ecuador.

Diario Hoy al margen de la llegada de las nuevas tecnologías en el país, lanzo su versión electrónica en 1994, convirtiéndose en el primer periódico en línea de Suramérica.

HOY es actualmente el tercer diario de circulación nacional, además es miembro de la Sociedad Interamericana de Prensa SIP, Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos AEDEP, Periódicos Asociados Latinoamericanos PAL.

1.4 Análisis de los periódicos en la provincia de El Oro

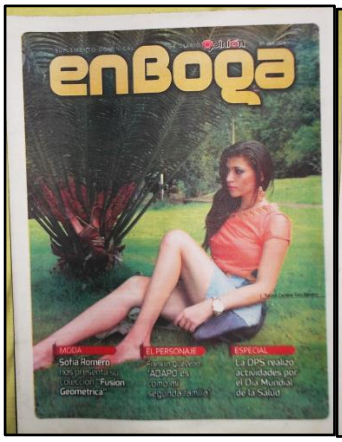
La provincia de El Oro está ubicada en el sur de la costa ecuatoriana, compuesta hasta la actualidad por catorce cantones, los que son generadores de importante información, pero que no se ve reflejada en los cuatro diarios que circulan en esta localidad.

Los diarios existentes hasta la presente fecha se han enfocado mayoritariamente en mostrar la noticia desde el morbo y sensacionalismo, publicando en portada imágenes estremecedoras de asesinatos o accidentes de tránsito.

Mediante un análisis se puede comprobar la competencia que existe entre los cuatro diarios; Correo, Opinión, El Nacional y La Hora, no se enfocan en mostrar la información desde su estilo propio sino en contrarrestar el estilo presentado por el otro diario.

Con el surgimiento de la prensa diaria, a mediados de la década de los 60, en Machala la capital de El Oro, también nació la venta de publicidad que en la prensa se le conoce como los anuncios clasificados, hoy en día los diarios destinan más de diez páginas para este fin. Diario El Nacional publicado el sábado 6 de abril del 2013 registra once páginas completamente llenas de avisos clasificados, desde la 29 hasta la página 39.

Uno de los ejemplos de competencia entre los diarios orenses es la publicación de suplementos el mismo día y con la misma temática, diario Opinión publica todo los domingos el suplemento “enBoga”, y diario el Correo publica “Tendencias”, son tan similares que manejan el mismo estilo de portada, y con la misma temática también se publica “Cocktail” el suplemento dominical de diario El Nacional.



Los diarios orenses destinan demasiado tiempo a competir entre sí, pero dejan de lado la situación de las coberturas en los cantones alejados de Machala, ciudad donde se editan e imprimen.

Los cantones de la parte alta de El Oro, como Zaruma, Portovelo, Balsas, Marcabelí, Las Lajas y Atahualpa, están a una gran distancia del centro económica de la provincia que es Machala, lo que ha repercutido en la escasa presencia en los diarios, no es de sorprenderse que uno de los cantones mencionados ocupe la primera plana cuando la población esté pasando por momentos difíciles, a causa de desastres naturales o accidentes de tránsito.

Por lo citado en el párrafo anterior, surge el interés de realizar un análisis de contenido de los diarios; Correo, El Nacional, La Hora, y Opinión, publicados desde el 5 al 8 de abril del 2013, en dicho análisis lograremos comprobar la pobre presencia de los cantones de la parte alta, específicamente enfocándonos en el cantón Marcabelí, que está en nuestro ámbito de estudio.

1.4.1 El Nacional

Diario El Nacional, es el primer periódico de la provincia de El Oro, fundado en 1964, con cobertura provincial, recoge información local de la capital orense, Machala. Aunque se mantiene en una administración tradicional, sin dar paso a las nuevas tecnologías dentro del medio, este periódico se ha quedado estancado en el tiempo, solo le oferta a sus lectores una versión impresa, situación que ha sido aprovechada por la competencia para apoderarse de los lectores a través a de la web.

El Nacional
PRIMER DIARIO ORENSE
El Nacional
El Nacional
SABADO
Padres exigen no elevar precio de las pensiones
Oposición trabajará por el bien de todos
INCENDIO EN JAMBELÍ REVELÓ NECESIDAD LANCHA CISTERNA
Cinco nuevos Asambleístas recibieron su acreditación
Evangélicos y Católicos otra vez se enfrentaron

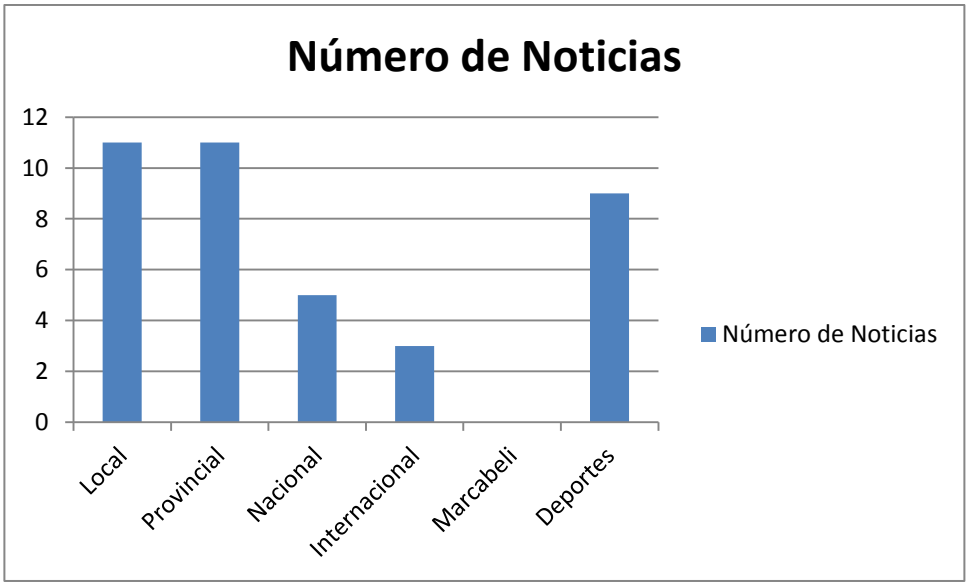
Este diario tiene una identidad netamente orense, su logotipo es verde, color principal de la bandera provincial, además su eslogan lo acerca a la población y lo identifica como el precursor del periodismo impreso en esta localidad, “El primer diario orense”.

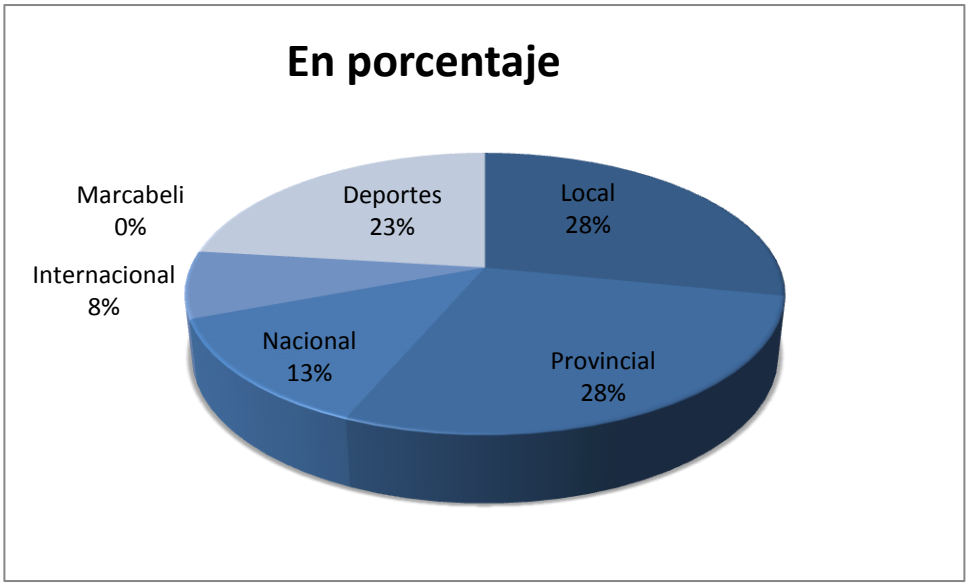
Su formato es tabloide, y utiliza mayoritariamente la división de tres y seis columnas para colocar el contenido, maneja full color en la portada y contraportada, interiormente solo seis páginas son a color, el resto se mantiene en blanco y negro, las noticias más relevantes las colocan en las páginas a color. Predomina la información local, y nacional, además contiene deportes, salud, noticias internacionales, y gran cantidad de anuncios clasificados.

Luego de una revisión minuciosa del contenido publicado en las ediciones impresas del 5 al 8 de abril de 2013, logramos determinar los siguientes datos:

Diario El Nacional, publicado el 5 de abril del 2013.

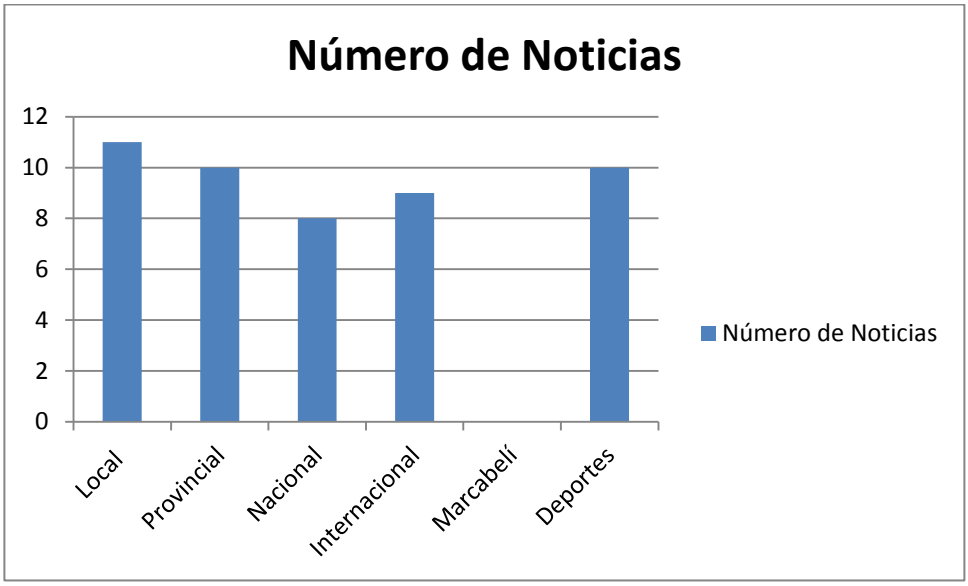
Sección	Número de Noticias
Local	11
Provincial	11
Nacional	5
Internacional	3
Marcabelí	0
Deportes	9





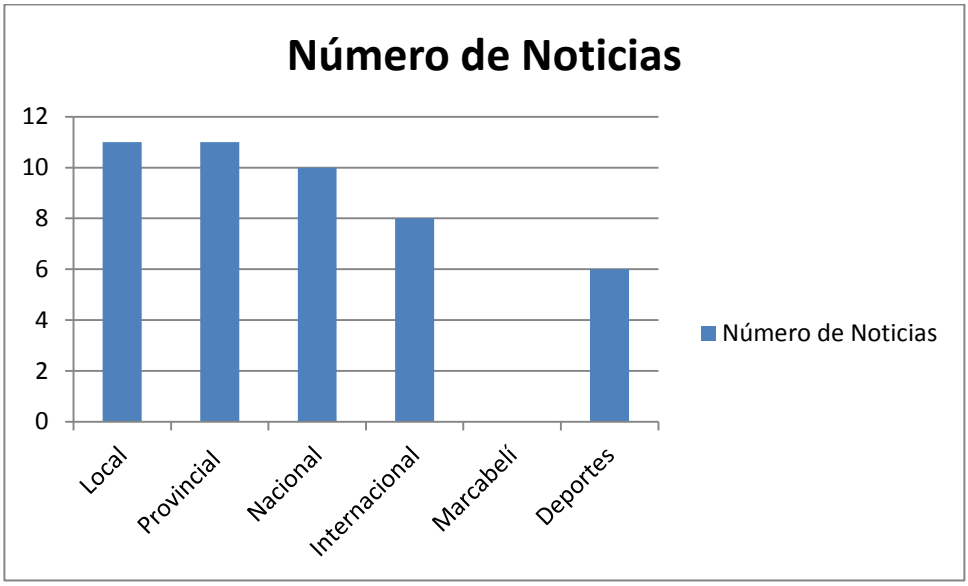
Diario El Nacional, publicado el 6 de abril del 2013.

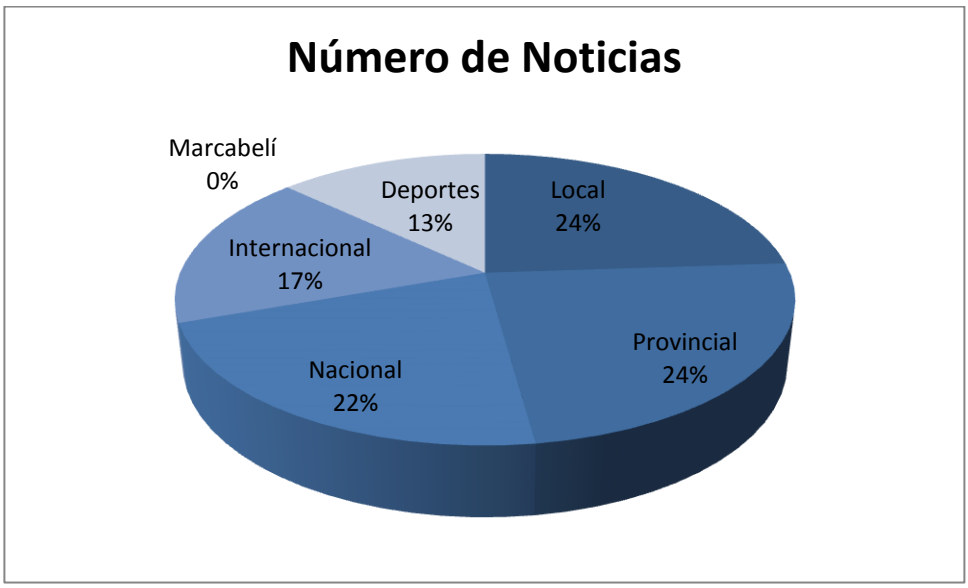
Sección	Número de Noticias
Local	11
Provincial	10
Nacional	8
Internacional	9
Marcabelí	0
Deportes	10



Diario El Nacional, publicado el 7 de abril del 2013.

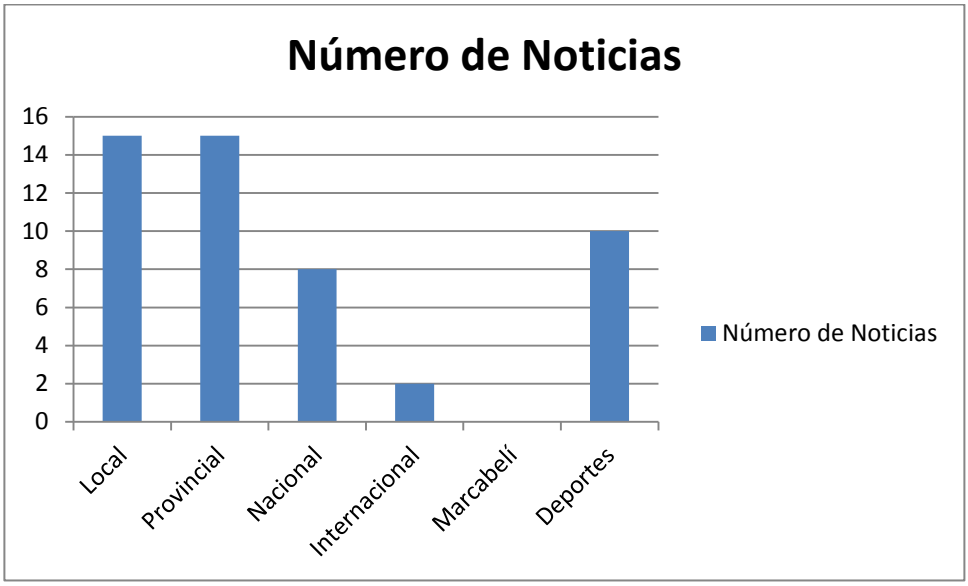
Sección	Número de Noticias
Local	11
Provincial	11
Nacional	10
Internacional	8
Marcabelí	0
Deportes	6





Diario El Nacional, publicado el 8 de abril del 2013.

Sección	Número de Noticias
Local	15
Provincial	15
Nacional	8
Internacional	2
Marcabelí	0
Deportes	10



1.4.1.1 Interpretación de los resultados del análisis

En el análisis realizado a las publicaciones impresas de diario El Nacional, que circularon desde el día viernes 5 hasta el lunes 8 de abril del 2013, logramos identificar una nula presencia de noticias publicadas sobre el Cantón Marcabelí.

El diario registra en sus ediciones noticias de otros cantones pero no hay información sobre Marcabelí en ninguna sección.

Dentro de los datos recopilados debemos anotar que el diario hace un importante trabajo periodístico pero solo en las zonas cercanas, en la sección de información local, el día viernes 5 de abril alcanza un 28%, el sábado 6 y el domingo 7 se registra un 23%, el lunes 30 hay un incremento en la cobertura local, la cifra alcanza un 30%.

Respecto a la información provincial, se registra el día viernes un 28%, sábado 21%, domingo 24%, y el lunes la cifra llega al 30%.

Referente a la información nacional, que involucra a todo el país, El Nacional registra el viernes un 13%, el sábado 16%, el domingo 22% y el lunes un 16%.

Este diario también pública información internacional en este ámbito registra las siguientes cifra, el viernes un 8%, el sábado un 19%, el domingo un 17% y el lunes se registra un 4%.

En cuanto a las noticias sobre el cantón Marcabelí durante todos los días que se realizó el estudio no se registra ninguna noticia, es decir del 5 al 8 de abril del 2013, Marcabelí tiene un 0% de espacio en diario El Nacional.

la información deportiva tiene una amplia cobertura por parte de este medio, el día viernes la información deportiva es de un 23% del contenido total del diario, mientras que el día sábado se registra un 21% en deportes, el domingo y lunes se destina un 13 % y un 20% para deportes respectivamente.

1.4.2 Diario Correo

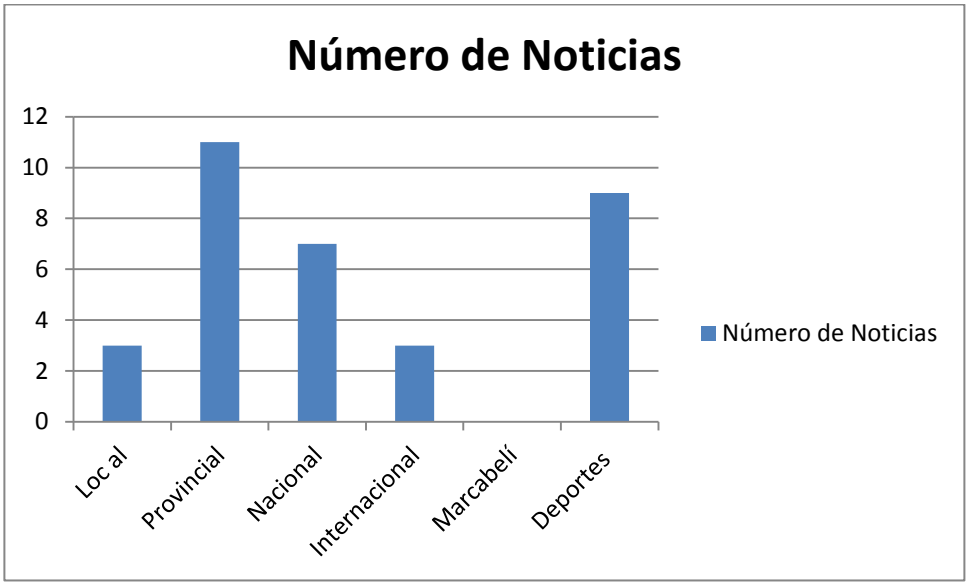
Diario Correo, fundado el 1 de marzo 1983, salió a la luz pública con una noticia en portada que cuestionaba la poca inversión por parte del estado central en la provincia, la nota titulaba, “El Oro sigue en el abandono”. Actualmente el diario mantiene la misma línea de catalogar como buenas o malas las gestiones de los políticos, y de hacer llamados de atención mediante la utilización de las páginas del rotativo.

Este diario, con un costo de 30 centavos de dólar, está compuesto por 32 páginas, se imprime en tamaño tabloide, recoge información local, provincial, nacional, e internacional, además en las ediciones de los lunes incluye el suplemento, “Lunes deportivo” y los domingos publica “Tendencias”.

A simple vista, el diario Correo presenta un diseño llamativo y agradable, pero el problema radica en los titulares de las noticias, que están desvinculados del contenido; por ejemplo, una información publicada el sábado 6 de abril, hace referencia a la presentación de candidatas a un certamen de belleza, la nota es titulada de la siguiente manera, “Hoy rueda de prensa y presentación de candidatas a Reina de reinas de El Oro”. La rueda de prensa no es noticia, es el contenido de la misma.

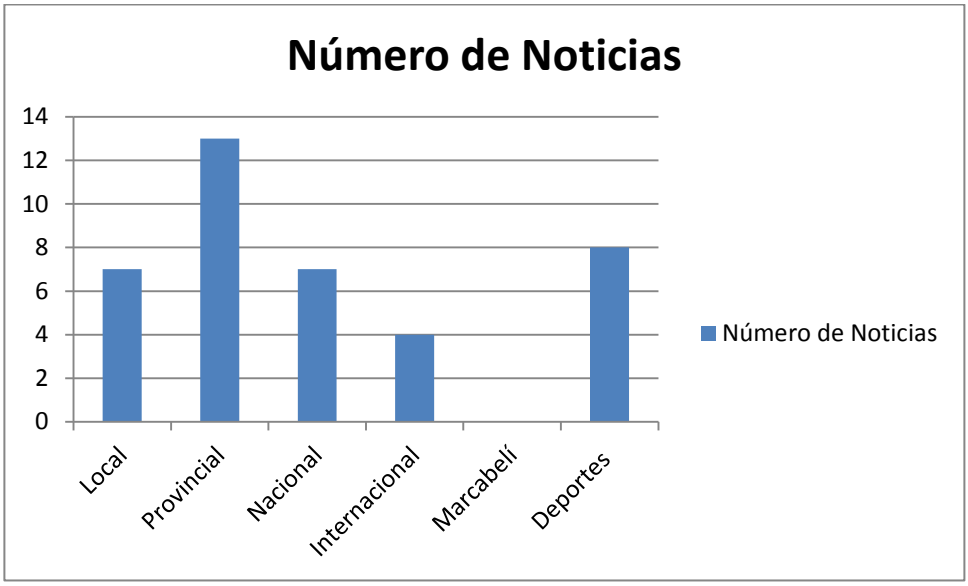
Diario Correo, publicado el 5 de abril del 2013.

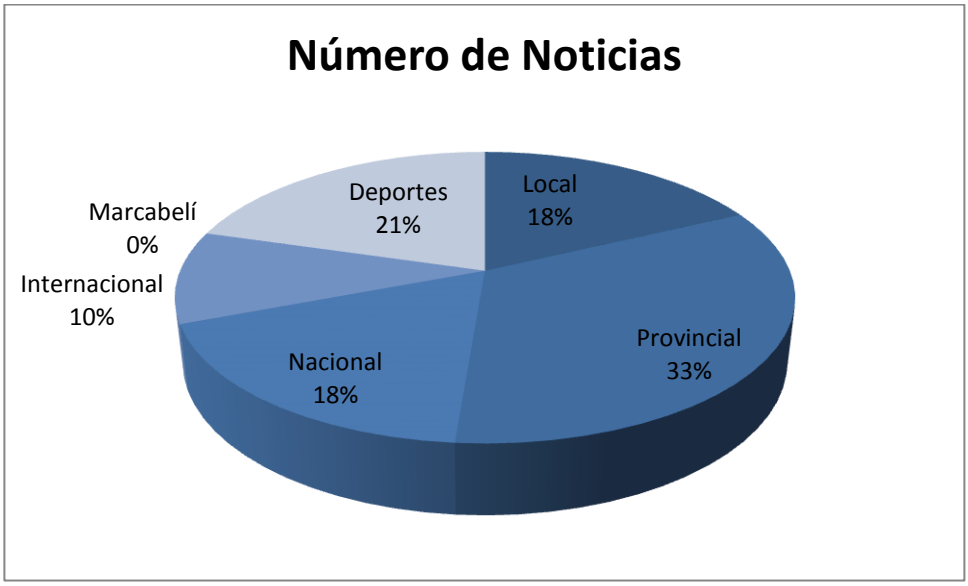
Sección	Número de Noticias
Local	3
Provincial	11
Nacional	7
Internacional	3
Marcabelí	0
Deportes	9



Diario Correo, publicado el 6 de abril del 2013.

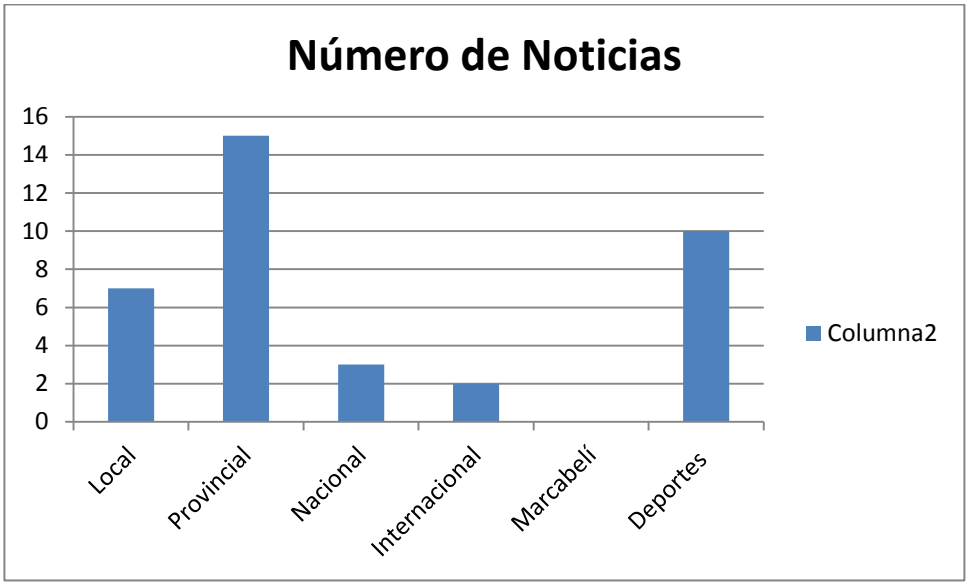
Sección	Número de Noticias
Local	7
Provincial	13
Nacional	7
Internacional	4
Marcabelí	0
Deportes	8





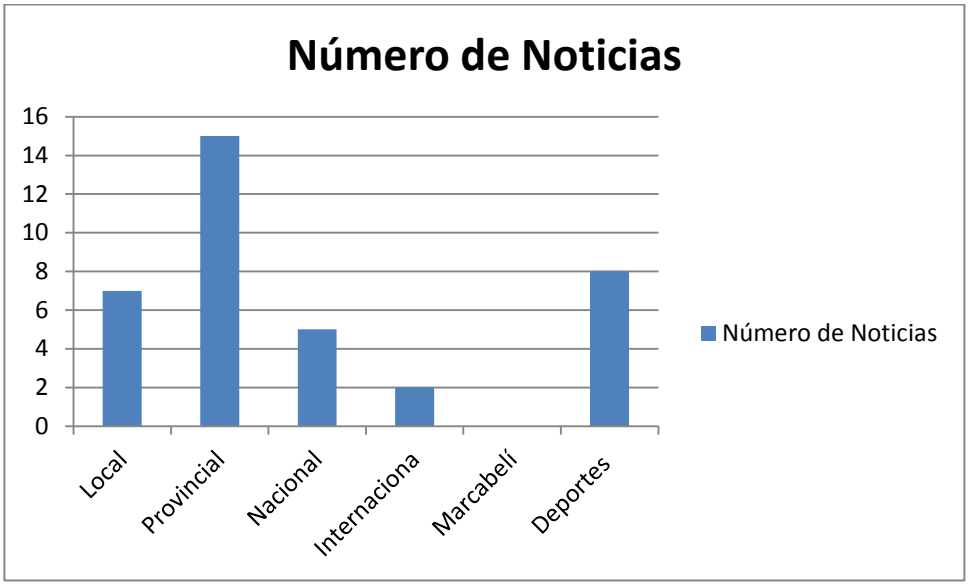
Diario Correo, publicado el 7 de abril del 2013.

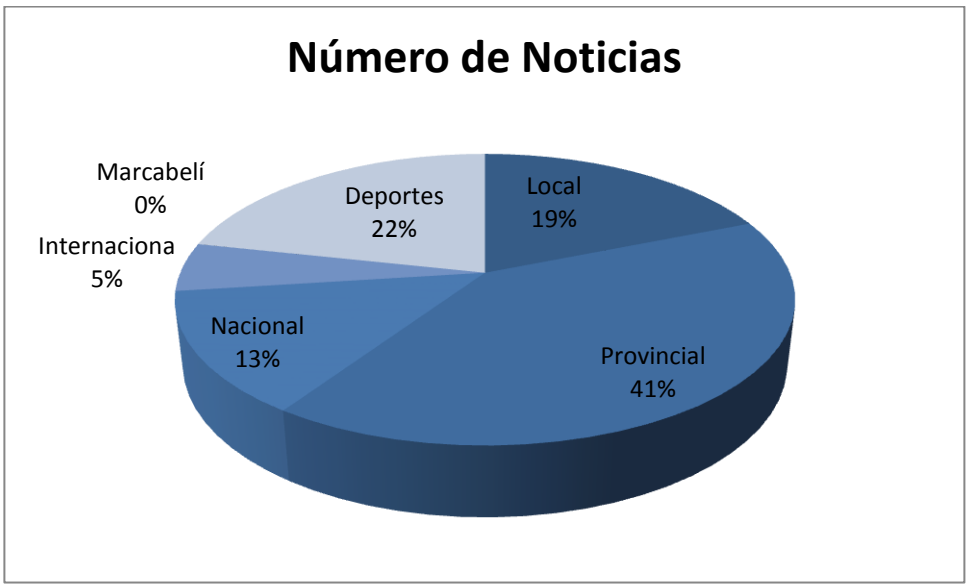
Sección	Número de Noticias
Local	7
Provincial	15
Nacional	3
Internacional	2
Marcabelí	0
Deportes	10



Diario Correo, publicado el 8 de abril del 2013.

Sección	Número de Noticias
Local	7
Provincial	15
Nacional	5
Internacional	2
Marcabelí	0
Deportes	8





1.4.2.1 Interpretación de los resultados del análisis

En el análisis realizado a la versión impresa de diario El Correo, desde el viernes 5 hasta el lunes 8 de abril del 2013, logramos identificar que no existen noticias publicadas sobre el cantón Marcabelí.

El diario maneja varias secciones, una de ella la sección provincial que incluye información de otros cantones pero no se ve información de Marcabelí.

Dentro de los datos recopilados debemos anotar que el diario hace una cobertura mayoritaria a todos los sectores de la provincia, en la sección de información local, el día viernes 5 de abril alcanza un 9%, el sábado 6 se registra un 18%, el domingo la cifra haciende un punto alcanzando un 19%, y el primer día de la semana el día lunes se identifica un 19% de información local.

En cuanto a la información provincial, se registra el día viernes un 34%, sábado 33%, domingo y el lunes la cifra llega a u 41%. Referente a la información nacional, que involucra a todo el país, El Coreo publica el viernes un 21%, el sábado 18%, el domingo 8% y el lunes un 13%.

El Correo también pública información internacional en esta sección registra las siguientes cifra, el viernes un 9%, el sábado un 10%, el domingo un 5% y el lunes se registra un 13%.

En cuanto a las noticias sobre el cantón Marcabelí durante todos los días que se realizó el estudio no se registra ninguna noticia, es decir del 5 al 8 de abril del 2013, Marcabelí tiene un 0% de espacio en diario El Correo.

la información deportiva es de muy amplia cobertura por parte de este medio, el día viernes la información deportiva es de un 27% del contenido total del diario, mientras que el día sábado se registra un 21% en deportes, el domingo y lunes se destina un 27 % y un 22% para deportes respectivamente.

1.4.3 Diario Opinión

Diario Opinión surgió el 8 de septiembre de 1991, fundado por Welmer Quezada Neira, con el fin de darle una nueva alternativa para informarse a los habitantes de Machala, y a la provincia de El Oro, desde una perspectiva moderna y profesional.

El periódico tiene un tamaño tabloide, y solo 6 de sus 32 páginas son a color, incluyen portada y contraportada, el costo es igual al de El Nacional y Correo, 30 centavos de dólar.

Es el de menor ingresos en publicidad, en su edición impresa del viernes 5 de abril se puede comprobar que solo tres páginas han sido destinadas para la publicidad, además de una página entera de un almacén perteneciente al mismo propietario del diario, lo que no garantiza el ingreso de una cifra por la venta de ese espacio.

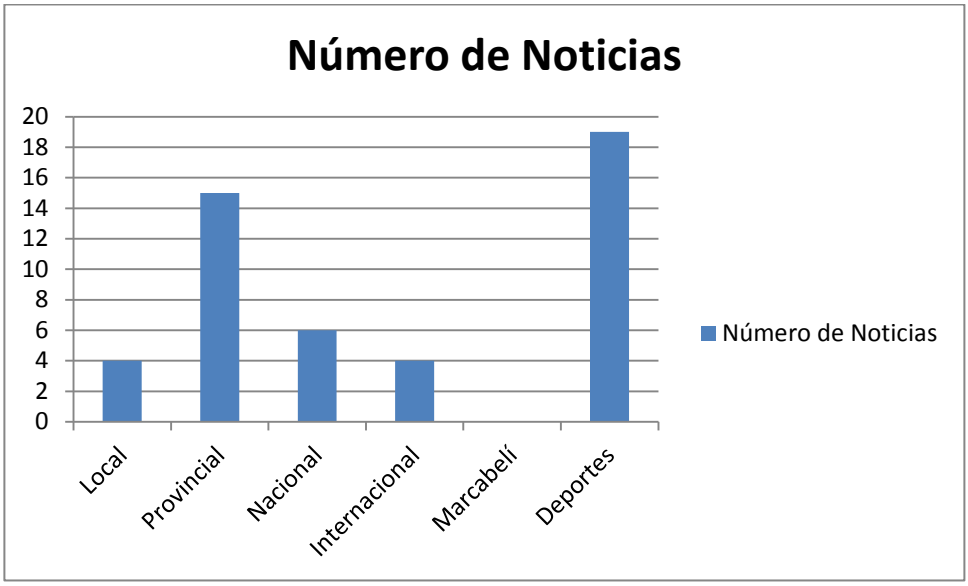
Opinión ofrece una amplia gama de noticias de crónica roja, las imágenes publicadas en la contraportada del diario son netamente de hechos delictivos o de victimas ensangrentadas.

El matutino mantiene una sección llamada "Primera Plana", donde se ubican las noticias de mayor relevancia, para luego seguir con noticias locales, entretenimiento, deportes, actualidad, en ese orden. Opinión mantiene una combinación de tres y seis columnas en su diagramación, la tipografía que utiliza es con serif, lo que facilita la lectura y comprensión de la noticia.

En nuestro análisis realizado del 5 al 8 de abril del 2013 para comprobar la cobertura realizada del cantón Marcabelí, estos son los datos obtenidos:

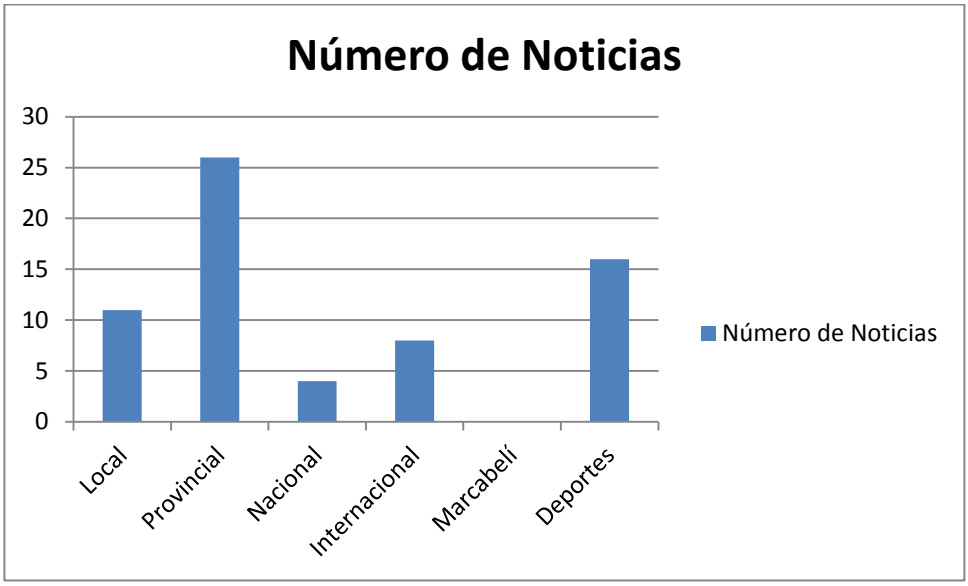
Diario Opinión, publicado el 5 de abril del 2013.

Sección	Número de Noticias
Local	4
Provincial	15
Nacional	6
Internacional	4
Marcabelí	0
Deportes	19



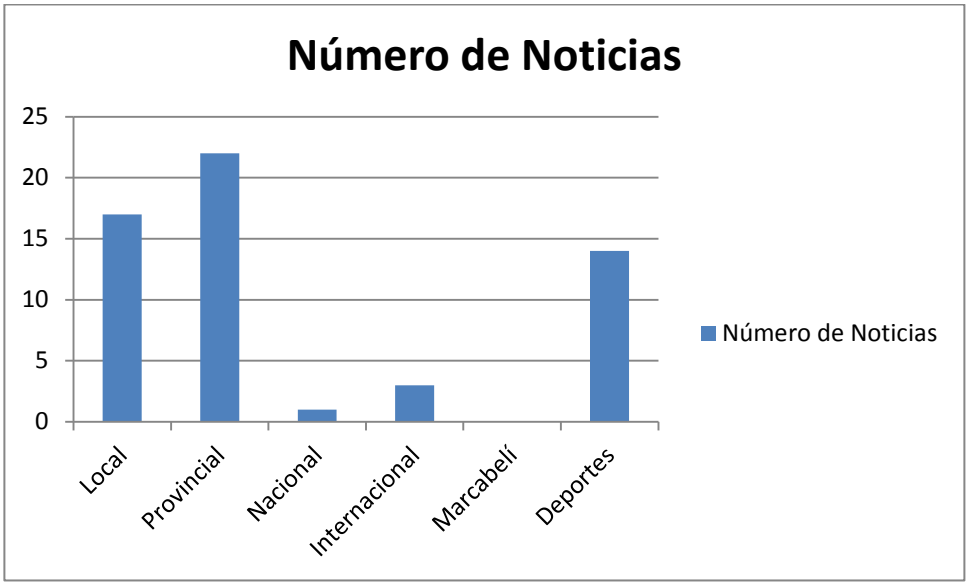
Diario Opinión, publicado el 6 de abril del 2013.

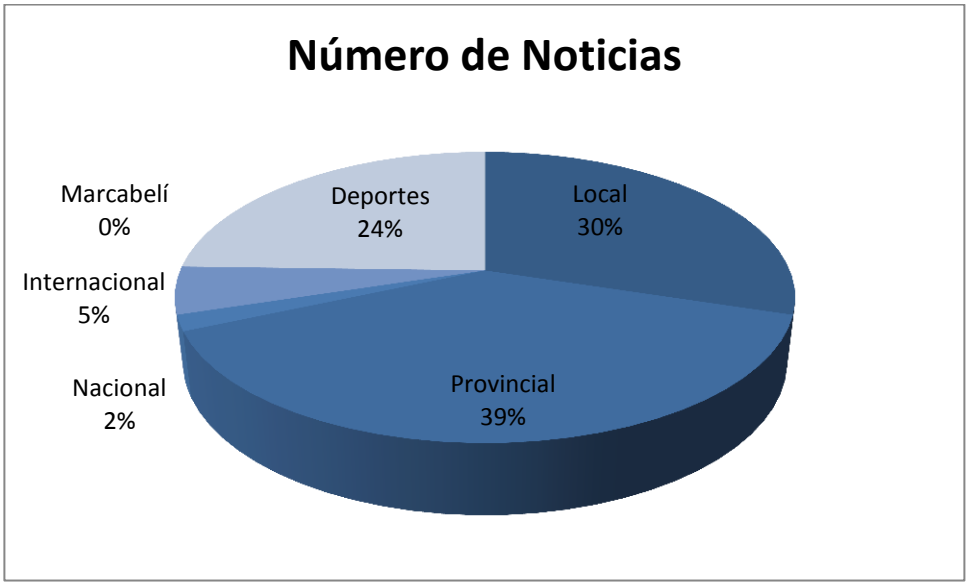
Sección	Número de Noticias
Local	11
Provincial	26
Nacional	4
Internacional	8
Marcabelí	0
Deportes	16



Diario Opinión, publicado el 7 de abril del 2013.

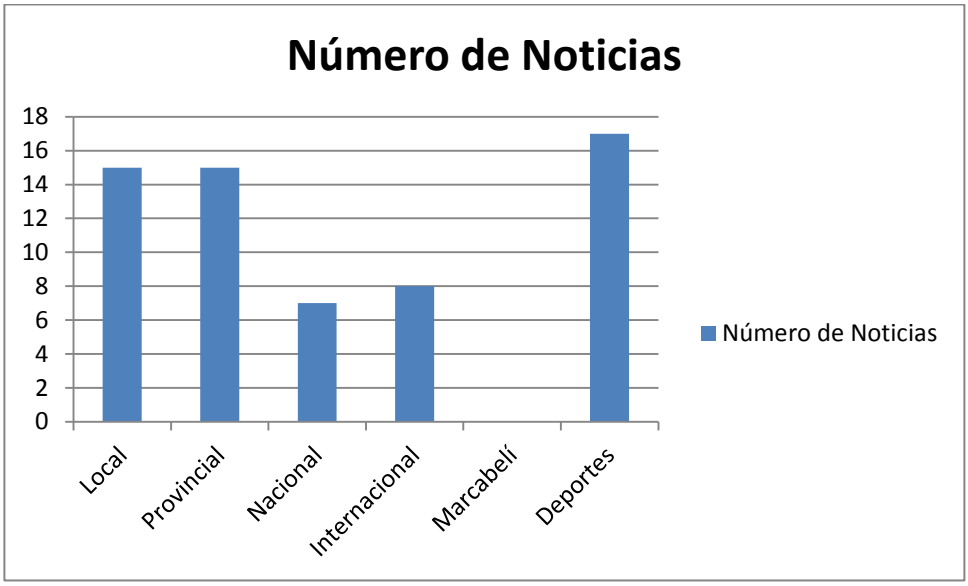
Sección	Número de Noticias
Local	17
Provincial	22
Nacional	1
Internacional	3
Marcabelí	0
Deportes	14





Diario Opinión, publicado el 8 de abril del 2013.

Sección	Número de Noticias
Local	15
Provincial	15
Nacional	7
Internacional	8
Marcabelí	0
Deportes	17



1.4.3.1 Interpretación de los resultados del análisis

En el análisis realizado a la versión impresa de diario Opinión, entre los días viernes 5 hasta el lunes 8 de abril del 2013, logramos identificar que no hay noticias publicadas sobre el cantón Marcabelí.

Opinión maneja varias secciones, una de ella la sección provincial que incluye información de otros cantones pero no se ve información de Marcabelí.

Dentro del análisis realizado debemos anotar que el diario Opinión hace una cobertura mayoritaria a todos los sectores de la provincia, en la sección de información local, el día viernes 5 de abril alcanza un 8 %, el sábado 6 se registra un 17%, el domingo la cifra haciende un punto alcanzando un 30 %, y el primer día de la semana el día lunes se registra un 24% de información local.

Referente a la información provincial, se registra el día viernes un 31%, sábado 40 %, domingo 39% y el lunes la cifra llega a un 24 %. En cuanto a la información nacional, que involucra a todo el país, Opinión publica el viernes un 13%, el sábado 6 %, el domingo 2% y el lunes un 11%.

Opinión también destina un espacio para la información internacional en esta sección registra las siguientes cifra, el viernes un 8 %, el sábado un 12 %, el domingo un 5% y el lunes se registra un 13%.

En cuanto a las noticias sobre el cantón Marcabelí durante todos los días que se realizó el estudio no se registra ninguna noticia, es decir del 5 al 8 de abril del 2013, Marcabelí tiene un 0% de espacio en diario Opinión.

la información deportiva es de muy amplia cobertura por parte de este medio, el día viernes la información deportiva es de un 40% del contenido total del diario, mientras que el día sábado se registra un 25% en deportes, el domingo y lunes se destina un 24 % y un 28% para los deportes respectivamente.

1.4.4 Diario La Hora

Para satisfacer las necesidades de información de diversas personas asentadas en varios sectores del país, Diario La Hora puso en marcha un plan para la regionalización de sus publicaciones, con el fin de captar la mayor cantidad de lectores en todo el territorio nacional.

El 1 de agosto de 1992 se lanza el primer ejemplar de La Hora de Esmeraldas. Un año después el 7 de enero de 1993 se publica La Hora de Tungurahua, en la actualidad diario La Hora está presente en Santo Domingo de los Tsáchilas, Imbabura, Carchi Loja, Los Ríos, Manabí, Zamora Chinchipe, Cotopaxi, y desde el 21 de mayo del 2009 circula La Hora de El Oro.

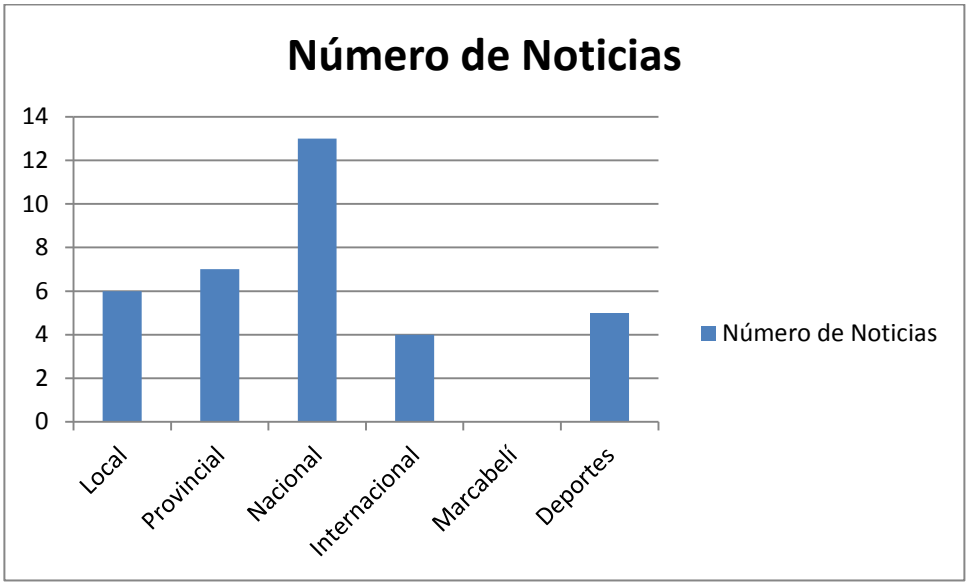
Diario La Hora, es el más reciente periódico puesto en circulación en la provincia de El Oro, este periódico debió acoplarese al mercado comunicacional existente en la provincia, mantiene el mismo costo de los otros tres diarios, y muestra la realidad de una manera grotesta mediante el uso de fotografias de crónica roja para su contraportada.

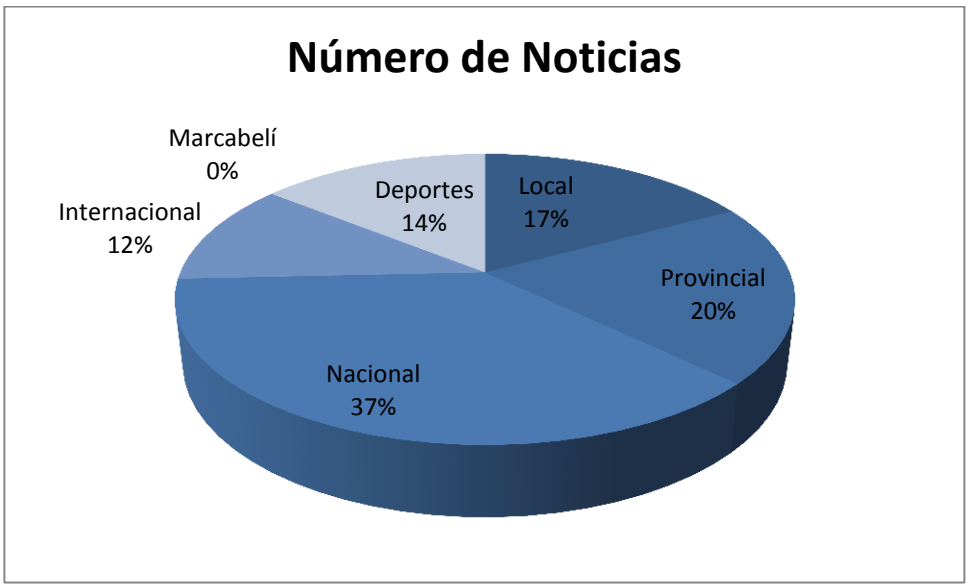
La Hora, en conjunto a nivel nacional, supera los 100.000 ejempleras en circulacion diaramente, a pesar de estar presente en varias provincias del país, solo cuenta con tres plantas impresoras en tres diferentes regiones.

Luego de un detenido análisis al contenido del reciente diario de El Oro, registramos los siguientes datos:

Diario La Hora, publicado el 5 de abril del 2013.

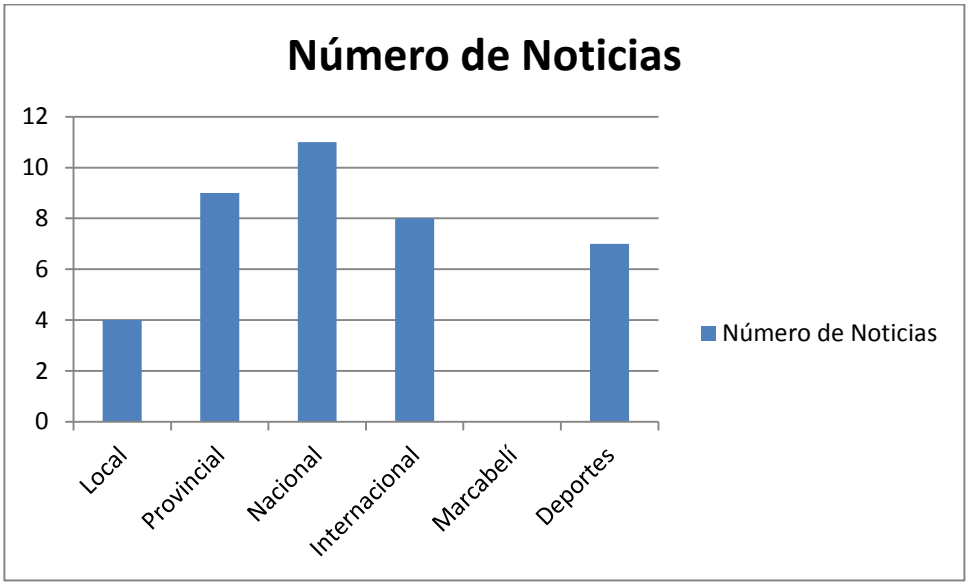
Sección	Número de Noticias
Local	6
Provincial	7
Nacional	13
Internacional	4
Marcabelí	0
Deportes	5





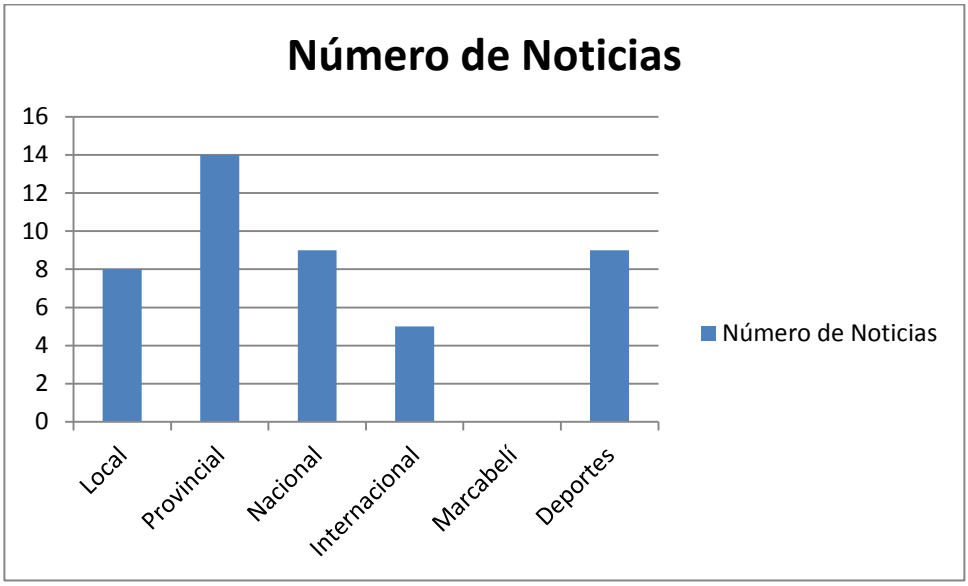
Diario La Hora, publicado el 6 de abril del 2013.

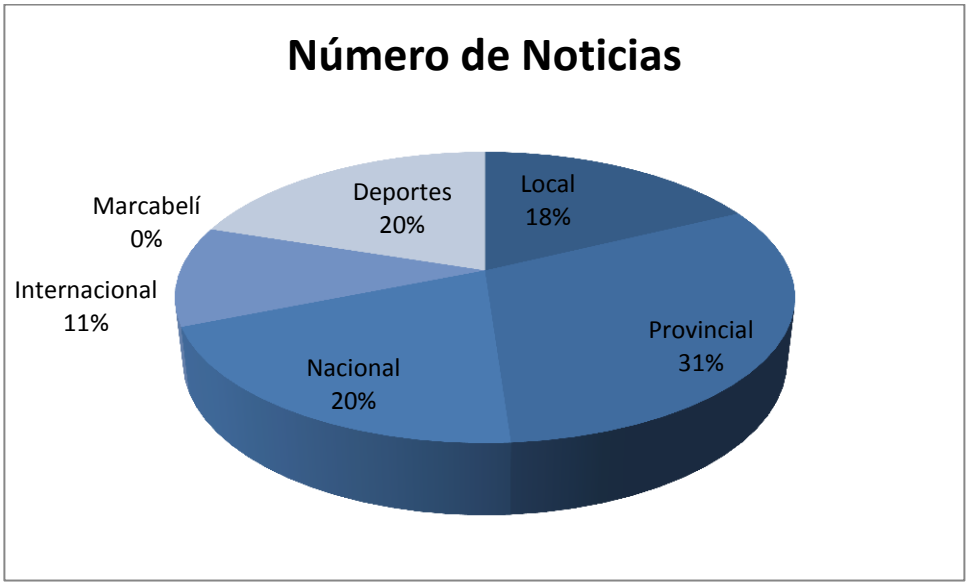
Sección	Número de Noticias
Local	4
Provincial	9
Nacional	11
Internacional	8
Marcabelí	0
Deportes	7



Diario La Hora, publicado el 7 de abril del 2013.

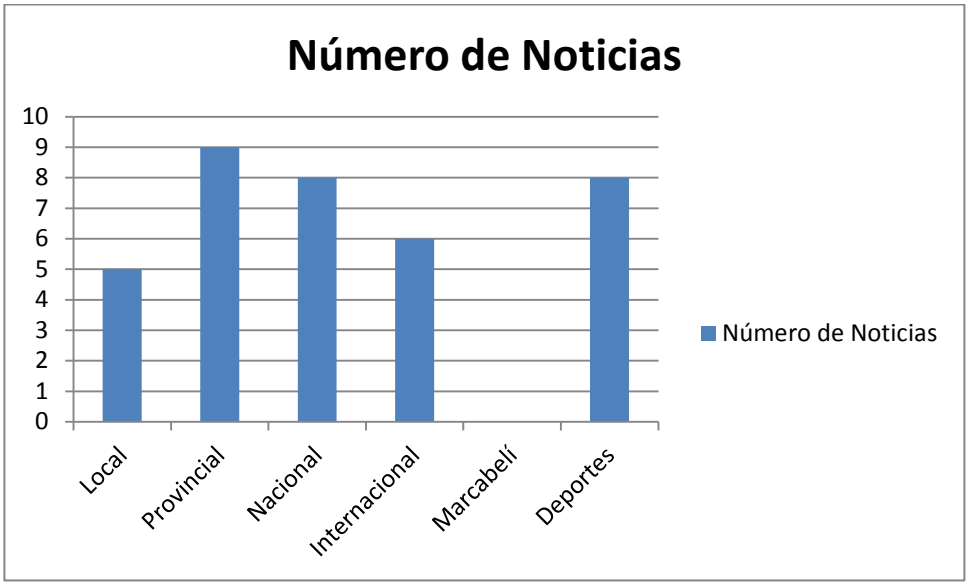
Sección	Número de Noticias
Local	8
Provincial	14
Nacional	9
Internacional	5
Marcabelí	0
Deportes	9





Diario La Hora, publicado el 8 de abril del 2013.

Sección	Número de Noticias
Local	5
Provincial	9
Nacional	8
Internacional	6
Marcabelí	0
Deportes	8



1.4.4.1 Interpretación de los resultados del análisis

En el trabajo de análisis a la versión impresa de diario La Hora, que circuló entre los días viernes 5 hasta el lunes 8 de abril del 2013, logramos identificar que no contiene información sobre el cantón Marcabelí.

Diario La Hora es medio que pertenece una red de periódicos regionales, por ende maneja varias secciones, incluye gran cantidad de información nacional.

Dentro del análisis realizado debemos señalar que el diario La Hora realiza una cobertura pequeña a lo que es el ámbito local y provincial, está mayoritariamente enfocado a brindar información a nivel país, en la sección de información local, el día viernes 5 de abril alcanza un 17 %, el sábado 6 se registra un 10%, el domingo la cifra haciende alcanzando un 18 %, y el primer día de la semana el día lunes se registra un 14% de información local.

En cuanto a la información provincial, se registra el día viernes un 20%, sábado 23 %, domingo 31% y el lunes la cifra llega a un 25 %.

Referente a la información nacional, que involucra a todo el país, La Hora publica el viernes un 37 %, el sábado 28 %, el domingo 20% y el lunes un 22%. La Hora también pública un espacio con información internacional en esta sección se registra los siguientes porcentajes, el viernes un 12 %, el sábado un 21 %, el domingo un 11% y el lunes se registra un 17%.

En referencia al objetivo de nuestro análisis, comprobamos que las noticias sobre el cantón Marcabelí durante todos los días que se realizó el estudio son nulas, es decir del 5 al 8 de abril del 2013, Marcabelí tiene un 0% de espacio en diario Opinión.

En deportes La Hora registra los siguientes datos, el viernes el espacio ocupado por esta sección es de un 14%, el sábado 18%, el domingo 20%, y el día lunes se registra el mayor porcentaje, un 22%.

De los datos obtenidos en el análisis de los tres diarios que se editan en Machala y circulan en la provincia de El Oro, se puede colegir que el cantón Marcabelí no tiene cobertura en esos medios de comunicación social, a pesar de contar con una población de 5.450 habitantes; hecho que nos lleva a plantear la posibilidad certera de crear un semanario que se identifique con los pobladores de ese importante sector orense.

Otros datos importantes que nos pueden servir para la propuesta del semanario El Altiplano, es la importancia que tienen los deportes y la información local.

CAPÍTULO 2

GÉNEROS PERIODÍSTICOS PARA PRENSA

2.1 Géneros informativos

Los géneros informativos mantienen sus bases en la noticia y la entrevista fundamentalmente, de ahí que el periodista complementa con su trabajo sin calificativos, o introducir comentarios en la redacción.

Los periodistas y comunicadores se forman en el día a día, y es esta situación la que muchas veces les hace cometer errores, el introducir su punto de vista dentro de la noticia. “Los géneros informativos son aquellos que trasmiten datos, hechos y dichos de manera clara, concisa y desapasionada”(Salaverría, 2005), sin duda como señala este autor los géneros informativos solo se centran en llegar con información al lector o espectador de cualquier medio de comunicación, por lo que se debe ser cuidadosos al momento de redactar una noticia, entrevista o reportaje.

Los genérenos informativos buscan llegar al lector con una explicación sobre los hechos ocurridos, “El periodismo informativo procura dar a conocer lo que se refiere a un hecho ocurrido o por ocurrir (…)”(Atorresi, 1995), sin acompañarle más que de información para contextualizar la redacción.

La esencia del periodismo descansa dentro de los géneros informativos, ya que estos no persiguen otro fin más que informar al espectador los hechos de una manera clara, concisa, breve, sin juicios de valor, dejando que sea el espectador quien saque una conclusión de los hechos.

Dentro de los géneros informativos, se encuentran la noticia, la entrevista y el reportaje, siendo esta la clasificación más aceptada.

2.1.1 La Noticia

Es la actividad mediante la cual el periodista o cualquier persona dan a conocer un hecho novedoso, y de importancia para a un conglomerado, mediante el cumpliendo de un proceso, que debe seguir el autor de la misma.

Para Alex Grijelmo, “la noticia en estado puro viene dada siempre por un acontecimiento sorprendente, estremecedor, paradójico trascendental y, sobre todo, reciente(Grijelmo, 1997)”.

En la narración o redacción de los hechos el periodista de evitar dar opiniones sobre lo sucedido, Carlos Marín sostiene que, “En la noticia no se dan opiniones: se informa del hecho y nada más. El periodista no califica lo que informa. No dice si le parece justo o injusto, conveniente o no.”(Marín, 2004).

Al elaborar la noticia el periodista debe responderse a las siguientes preguntas:

- ¿Qué?
- ¿Quién?
- ¿Cómo?
- ¿Cuándo?
- ¿Dónde?
- ¿Por qué?

El Qué, debe responder a los acontecimientos, que es lo que ha sucedió cuales son los hechos que conforman la noticia. El Quien, se enfoca en los involucrados en la noticia, lo protagonistas. El Cómo, se refiere a como se han suscitado los hechos, en qué circunstancias paso la noticia. El Cuándo, sirve para dar temporalidad a la noticia, cuando sucedió, en que momento ocurrió. Por su parte, el Donde se refiere a lugar en el cual

se dio la noticia. Mientras que las razones y causas por las que sucedió la noticia las responde el Por qué.

Siguiendo un orden lógico, la noticia debe responderse a las seis preguntas antes mencionadas, para construir un cuerpo de los hechos mediante una narración cronológica.

Podemos decir que la noticia es un hecho netamente verdadero, novedoso y actual, y de interés general para la sociedad, pero para considerar a un hecho como noticia debe enmarcarse en las siguientes características.

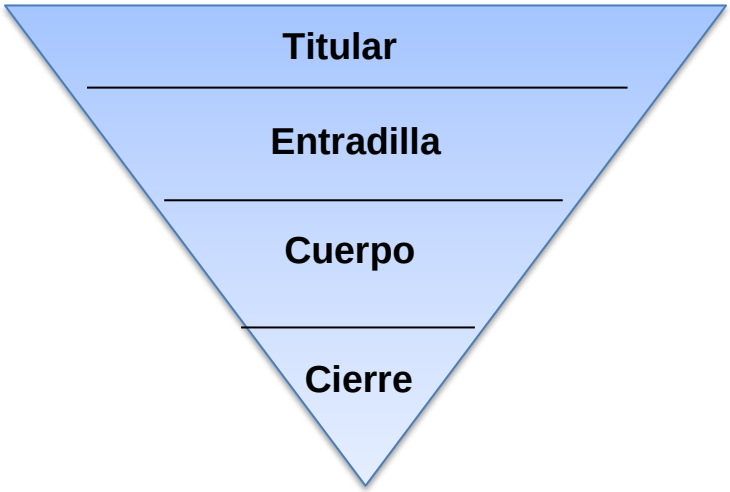
a) **Actualidad:** Debe ser un hecho que acaba de ocurrir, debe captar la atención de las personas, si no es actual no es noticia.
b) **Proximidad**: Para que sea noticia debe existir una cercanía al lugar de donde suceden los hechos con la residencia del espectador, es decir debe ser inmediata, hay noticias que rompen con esta regla es decir suceden en otro país pero pueden tener repercusión en el lugar donde se edita el medio.
c) **Trascendencia:** El hecho debe tener una cadena de sucesos en el futuro, es decir debe crear un repercusión en la sociedad.
d) **Relevancia:** El hecho debe estar ligado una persona de connotación en toda la sociedad, es decir debe estar protagonizado por una persona importante.
e) **Interés:** Debe afectar o involucrar a un amplio número de personas. Las personas involucradas deben tener proximidad o deben estar ligadas al lugar donde se edita el medio.
f) **Emoción:** Debe llegar al espectador y lograr una repercusión en el sentimiento, causar un determinado grado de felicidad, tristeza, compasión en la persona sobre el hecho.
g) **Conflicto:** Los protagonistas involucrados en el hecho deben tener discrepancias. Debe existir posiciones enfrentadas entre personas, ciudades, provincias, o un país.

h) Rareza: El hecho debe causar asombro en las personas, debe ser insólito, algo que no es común.

2.1.1.1 Los componentes de la notica

La estructura de la notica está compuesta en cuatro partes fundamentales: El Titular, que engloba toda la noticia en no más de ocho palabras; después del titular viene La entradilla, que hace una breve introducción a la notica con un resumen significativo; Le sigue El Cuerpo, que es donde se complementa la noticia con los detalles; Finalmente el Cierre que es donde termina la notica con un dato relevante pero enlazado a las tres partes anteriores.

La estructura de la notica se asemeja a la de una pirámide invertida.



a) El titular

En pocas palabras resume la noticia, es esencial e imprescindible dentro de la noticia, está compuesto por un tipo de letra diferente al resto.

“Desde una perspectiva infográfica el titular ocupa el lugar más destacado tipográficamente en la noticia, siguiendo en esto el mecanismo de alerta propio de la actividad atencional.”(Jorquez, 2007)

Según da entender el autor, el titular es la parte que más llama la atención dentro de la noticia, hablando en conjunto, de titular, lead, cuerpo y cierre o conclusión. Hay que acotar que el titular debe ser una frase breve que no contenga más de ocho palabras, pero que de manera clara y concisa cuente la parte medular del contenido de la noticia.

El titular debe ser tan claro que en una sola lectura el espectador ya sepa de qué se va a tratar en el resto de la noticia, debe estar formado por un sujeto, verbo y complemento, para que de una manera atractiva enganche al lector.

Ejemplos:

“Rafael Correa gana las elecciones presidenciales en Ecuador”

“Doce muertos deja accidente de bus interprovincial”

b) Tipos de Titulares

Según el proyecto Mediascopio Prensa del ministerio de educación de España, los titulares se clasifican según su intencionalidad de la siguiente manera:

- Informativos
- Expresivos
- Indicativos
- Editorializantes
- Apelativos

Titulares Informativos

Los titulares informativos se limitan a brindar la información más concreta acerca de la noticia, lo esencial, para provocar el interés del lector. Si al lector no le parece atractivo el titular, o este no capta su atención se podría decir que el trabajo periodístico fue un fracaso, porque no despierta la curiosidad necesaria para leer todo el texto que conforma la noticia.

Titulares Expresivos

Los titules expresivos no están orientados a brindar una información al lector, “Sino a evocar, en mayor o menor grado un hecho que se presume conocido.”(López García, 2004) .

Titulares Indicativos

Se puede decir que los titulares indicativos son los utilizados “en las crónicas, en las críticas y en las entrevistas” (Autores, 2009), por lo que en una oración muestra de que se trata la noticia, presentan el tema a desarrollarse en la noticia.

Titulares Editorializantes

Mayoritariamente son utilizados en los artículos de opinión que contenga el periódico, este tipo de titulares están formados por una clara visión de quien redacte el texto, su intención es demostrar un posición o un juicio de valor por parte del autor.

Titulares Apelativos

Este tipo de titular está encaminado a llamar la atención, mediante el sensacionalismo, muchas veces el título es algo del que no se va a informar en la noticia, es solo para llamar la atención del lector, mediante el uso del lenguaje encajándose incluso en el morbo.

2.1.1.2 La entradilla

La entradilla o también llamado lead, es el primer párrafo dentro de la noticia, generalmente va marcado en negrita, según señala (Bizcarrondo y Urrutia, 2010) se debe ampliar y repetir lo anotado en el titular.

Dentro de la redacción del lead o entradilla se deben considerar las preguntas básicas al momento de escribir una noticia, ¿Qué?,¿Quién? ¿Cómo?, ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿Por qué?, aunque no es una regla

estricta, lo que si se debe cumplir es redactar un párrafo atractivo que enganche al lector para que siga leyendo todo el cuerpo de la noticia.

Varios autores coinciden en la definición de la entradilla dentro de la noticia, pero desde mi perspectiva personal la más acertada es la de (Vivaldi, 2006) que señala “La entradilla o lead es el resumen de lo más importante de la noticia”, claro está que debemos empezar contando al lector información concreta para que en el primer párrafo este se entere de lo sucedió y de ser de su interés continuara leyendo, de ahí la importancia de poner la mayor cantidad de información en pocas líneas.

2.1.1.3 El Cuerpo

El cuerpo de la noticia es la parte más extensa de la misma, compuesta por varios párrafos, según (Garcia y Gutiérrez, 2011) “debe contener los siguientes elementos: los datos que explican y amplían la entrada, antecedentes que ayuden a situar la noticia dentro de un determinado contexto, los materiales secundario o de menor importancia.”

Podemos decir que el cuerpo de la noticia es completamente un ampliación que busca llenar de información al lector, mediante datos que se pueden acotar a lo ya planteado en la entradilla.

“El cuerpo de la noticia, en el que se desarrolla la información siguiendo un orden de pirámide invertida” (Sánchez Perez, 2005), entonces según lo que plantea el autor, se debe empezar contando lo más importante, el hecho de mayor impacto al lector, y así este se interese en leer la noticia.

2.1.1.4 El Cierre

En la estructura de la notica nos percatamos que el cierre es la conclusión de todo lo planteado en el cuerpo de la misma, es decir como

plantea,(Villamizar Durán, 2005)“El cierre facilita la síntesis que exige la redundancia del medio”, por tal razón al momento de concluir la noticas debemos percatarnos no dejar lazos abiertas, exceptuando el caso de investigaciones que comprendan varias entregas en el mismo medio.

En el proceso de redacción de noticias debemos ser cuidados de no caer en la redundancia, y repetir en el cierre lo ya planteado en el cuerpo o en el inicio de la noticias, con su nombre lo indica el cierre es el remate de la noticia.

El cierre o conclusión de la noticia, también se le conoce como remate, y claro está que este es el último párrafo dentro de la estructura de la noticia, “contiene los datos menos relevantes, pero concluyentes, que se redactan de tal manera, que al receptor le parezca natural el cierre o la conclusión del echo que se da a conocer” (Martínez Hernández, 2006).

2.1.2 La Entrevista

Como definición básica, debemos anotar que la entrevista es un momento de conversación que ocurre entre dos o más personas, donde uno o varios cumplen la función de entrevistador y hay alguien más que cumple la función de entrevistado, el entrevistador es quien pregunta y el entrevistado quien responde.

Para Nerio Tello, la entrevista está reservada para escuchar lo que dice el entrevistado,(Tello, 1998). El entrevistado debe ser una persona de interés general, debe tener algo importante que dar a conocer, y por su parte el entrevistador debe tener pleno conocimiento de quien es el entrevistado, dominar el tema que se aborde durante la entrevista, y tener la facilidad para enlazar las preguntas, y de las mismas respuestas que ha dado el entrevistado, el entrevistador puede sacar una conclusión para cerrar la entrevista.

La entrevista incluida dentro de los géneros informativos, por su estructura de recopilación de información, acerca de alguien o algo, incluso la actividad periodística basa en esta técnica, la técnica de preguntas y respuestas, para recopilar información, pero no precisamente la recopilación de datos es una entrevista, según la visión de varios autores, uno de ellos Juan Padrón, señala que la entrevista es “el género periodístico más conocido, más fácil de identificar, y posiblemente uno de los más difíciles de elaborar” (Padrón, 2004), al referirse Padrón a la dificultad existente al momento de darle una estructura a la entrevista, es por la cantidad de información que se maneja, y como categorizarla, además como hacerla atractiva para el público.

“La entrevista, además de sus características propias, es también información y reportaje: Su misión: decir al lector "quién" es y "cómo" es tal es cual persona: lo que dice, piensa o hace con respecto a un problema determinado”(Vivaldi, 2006), por ello existe una gran cantidad de clasificaciones de la entrevista, pero sin duda una de las más aceptadas y acertadas es la que realizan Víctor Manuel García y Liliana María Gutiérrez en el manual de periodismo, clasifican los tipos de entrevista, en tres; para prensa, radio y televisión.

Dentro de la clasificación de la entrevista para prensa, los autores señalan las siguientes:

- Entrevista Informativa
- Entrevista de Opinión
- Entrevista de Personalidad

2.1.2.2 Entrevista Informativa

Se podría decir que este tipo de entrevista es muy eficaz al momento de recopilar la información, los protagonistas son el entrevistado y el

entrevistador, se la realiza con un único fin conseguir la mayor cantidad de información de un campo determinado.

“Entrevista informativa, cuando su finalidad es informar de lo que el entrevistado dice, hace u opina sobre algo: la vida, un suceso, determinada situación, su propia obra, etcétera” (Sánchez Perez, 2005), así es como define Arsenio Sánchez en su libro a la entrevista informativa, que no hace otro cosa más que buscar información, pero la información debe ser de interés general, no existe lógica en realizar una entrevista sobre algo o alguien que no llame la atención.

2.1.2.3 Entrevista de Opinión

El hecho de conocer y difundir la reacción o postura de una persona referente a un hecho o un tema determinado, que sea de interés el tema y la persona entrevistada, en esencia es lo que define a la entrevista de opinión, en la cual mediante argumentación el entrevistado manifiesta su punto de vista ante el entrevistador.

Mediante la entrevista de opinión el entrevistador trata de conseguir declaraciones del entrevistado en las cuales manifieste juicios ante el tema propuesto, dejando ver claramente cuál es su postura frente a los hechos vinculados al tema abordado.

La entrevista de opinión es la que los medios de comunicación usan habitualmente con el fin de enriquecer sus contenidos noticiosos, abordando temas, donde el entrevistado pueda aportar sobre la temática, o esta sea cercana.

2.1.2.4 Entrevista de Personalidad

Este tipo de entrevista tiene como claro objetivo conocer al entrevistado tal y como es, mediante sus declaraciones poder construir una imagen de su personalidad. Se conoce también que opina al respecto de determinados temas sin que él sea un experto en el área.

Está dirigida para obtener los rasgos más sobresalientes del comportamiento y la personalidad del entrevistado, a través de preguntas cuidadosamente elaboradas, la entrevista de personalidad es aplicada dentro del campo periodístico a líderes en todo ámbito, o personas que de una u otra manera ganen protagonismo dentro de la sociedad.

Dentro de la entrevista de personalidad encontramos dos variantes que se desprenden de la misma: La entrevista de perfil, y la entrevista de fórmulas establecidas.

a) Entrevista de perfil

La entrevista de perfil pretende conocer a profundidad al entrevistado, no busca solamente sus opiniones o experiencias vividas, si no busca construir un perfil con declaraciones que pudieran dar personas cercanas al entrevistado.

b) Entrevista de fórmulas establecidas

Como su nombre lo indica, se basa en formulas establecidas, es decir cuestionarios que nos permiten ahondar en el carácter o personalidad del entrevistado. Las preguntas son comunes, como por ejemplo, color favorito, comida preferida, su mejor amigo, tipo de música que escucha, entre otras que permiten graficarnos una idea del carácter del personaje.

2.1.3 El Reportaje

Joao de Deus Correa un estudioso de la comunicación, citado en el libro "Teoría de Periodismo", señala que: "El reportaje es una narración periodística temática, focal, envolvente y de interés actual, que desarrolla una investigación sobre los hechos y sus actores",(Pena de Oliveira, 2006)**,** en el mismo libro se cita a Nilson Lage, el cual señala que el reportaje "es la exposición que combina el interés del asunto con el mayor número posible de datos formando un todo comprensible y abarcador".

Tomando en cuenta las definiciones anteriores podemos señalar que el reportaje es una noticia analizada, e investigada a profundidad de una marea más amplia, debe ser planificado y cumple un fin, informar.

El reportaje de caracteriza principalmente por la utilización de un lenguaje adecuado al público dirigido, este deber ser claro, y sin demasiados tecnicismos, el uso de subtítulos y la división en párrafos no muy extensos, para no cansar al lector, además debe incluir varios puntos de vista del tema abordado, dentro de esto también se incluye la visión del periodista o de quien escriba el reportaje.

El manual sobre la noticia y el reportaje, publicado por el ministerio de educación de España, señala que el reportaje "informa, describe, narra e investiga" (Ministerio de Educación E. , 2009), en el momento de informar debe ser un hecho de interés para la sociedad, cuando describe aporta con datos, al momento de narrar existe una estrecha relación con la descripción de los hechos, y por ultimo debe existir investigación ya que sin investigar no se puede elaborar un reportaje.

El reportaje es en esencia un género periodístico de carácter informativo, ya que investiga los hechos a profundidad y los da a conocer, por ello este tiene un espacio más extenso dentro del medio de comunicación.

2.2 Géneros de opinión

Los géneros de opinión son aquellos que en su redacción incluyen juicios de valor, opiniones y la interpretación por parte del periodista, o de quien los elabore, estos nos ayudan a conocer la visión particular del medio de comunicación y muchas veces del periodista referente a un hecho de interés público.

Mediante textos e imágenes que se utilizan para redactar, el periodista puede influir en el concepto de la sociedad referente a algo o alguien, generalmente los géneros de opinión representan la postura del medio y están realizados por especialistas en el tema.

Dentro de los géneros de opinión encontramos los siguientes.

- El editorial
- La columna
- El artículo de opinión
- Las cartas al director

2.2.1 El editorial

El editorial dentro de la prensa es el pensamiento del periódico, referente a un hecho en particular, su publicación está bajo la responsabilidad de quien dirija el medio o del concejo editorial si el periódico lo tuviese, no lleva una firma en particular por lo que compromete a todo el medio en conjunto, siempre desarrolla una temática actual, ocupa un lugar privilegiado dentro de la diagramación del medio, debe estar en una página destacada, en la cual el lector lo identifique fácilmente, siempre debe ser publicado en el mismo número de página.

Ana Atorresi, define al editorial como, “la forma de periodismo de opinión en interpretación a través del cual se expresa el punto de vista personal de quien dirige un diario o de la empresa toda a través de un equipo de

editorialistas" (Atorresi, 1995), lo que propone la autora es una interpretación bastante acertada y aceptada en la actualidad, pero hay que destacar que el editorial representa la visión de quien dirige el medio cuando este también es el dueño del periódico, caso contrario estará siendo regulado, o muchas veces hasta controlado por quien es el propietario.

Al momento de redactar un editorial se debe contar con la información necesaria sobre el tema que se va a abordar, para que el medio no caiga en contradicciones, o este realice una crítica errónea mediante el editorial, en caso de que el periódico cometiese errores al publicar un tema referente a algo que no está netamente comprobado, o que no exista las pruebas suficientes como para comprobarlo, el medio podría perder su credibilidad.

2.2.2 La columna

La columna periodística es un texto breve de opinión, y que mantiene una ubicación fija dentro de la diagramación del periódico, siempre está a un extremo de la página, y ocupa un espacio que llene la hoja de arriba abajo, pero siempre con una amplitud muy delgada, de ahí su nombre de columna, esta puede ser publicada diariamente, semanalmente, o en la periodicidad que el medio crea conveniente, está siempre estará firmada por quien la redacte en casos está acompañada de la imagen del autor, lo que le hace similar al artículo de opinión, este último se diferencia por ser de mayor extensión.

Según una definición que realiza el ministerio de educación de España, en el manual el articulo y la columna, señala que la columna, "es un artículo de opinión de periodicidad fija y con un espacio establecido (una columna) elaborado por un mismo autor que tiene una gran libertad para elegir el tema y la orientación de su texto",(Ministerio de Educación, 2009), pero no solo eso es importante al momento de definir la columna como tal, hay que

anotar también, que así como el autor tiene la libertar para seleccionar un tema, este debe tener un estilo propio que lo identifique al momento de redactar, y manejar de forma adecuada el lenguaje.

2.2.3 El artículo de opinión

Los medios de comunicación masivos principalmente los periódicos tienden a utilizar sus recursos en este caso el papel, para influenciar la opinión de los ciudadanos sobre temas de interés general, y una herramienta para lograrlo es plantear una postura y punto de vista a través del artículo de opinión.

El artículo de opinión no es más que un texto redactada por un periodista o por una persona a fin al medio en el cual se realiza un análisis sobre temas o noticias de interés general, dentro del texto, el autor puede realizar juicios de valor y análisis, pero este se responsabiliza por lo expresado en el artículo, puesto que va firmado, y muchas veces acompañada de un correo electrónico para que los lectores contacten al autor.

La mayoría de medios de comunicación tienen un grupo de articulistas, o de colaboradores frecuentes que realizan este trabajo, mediante el artículo de opinión se puede abordar también la realidad con sátira y humor.

“El artículo es un comentario periodístico en el cual el autor expresa su punto de vista sobre un suceso o acontecimiento de la actualidad informativa”(Ministerio de Educación, 2009), además, los articulistas gozan de la libertad de escoger sobre que escribir, y que decir, ya que tienen la completa libertad para hacerlo, siempre y cuando este enmarcado en la ley.

2.2.4 Las cartas al director

Las cartas al director son textos breves que los lectores envían a un periódico para manifestar su opinión sobre un hecho actual o para replicar o rectificar información publicada por el medio. Las cartas al director se caracterizan por estar escritas por los lectores de un periódico, aunque se llaman cartas al director, su destinatario final es todo el conglomerado de lectores del medio si esta es publicada.

Dentro de las diferentes secciones de un periódico esta es la única en la cual los lectores pueden expresar su opinión o crítica sobre algún tema que fue publicado. Por lo tanto, a diferencia de las otras secciones, las cartas al director dan a conocer lo que la gente piensa y opina, estas son publicadas en un lugar fijo dentro del periódico, la identificación del espacio varía de acuerdo al medio, pero en su mayoría es: Cartas al director y Cartas de los lectores.

Al momento de redactar una carta para enviar a un medio de comunicación para que esta sea publicada, debe tratar temas actual y que esté acorde a las publicaciones del periódico y a los intereses que el medio tenga con sus lectores.

2.3 Géneros interpretativos

Los géneros interpretativos o el periodismo interpretativo son definidos como la actividad de “interpretar, desde el punto de vista periodístico, consiste en buscar el sentido a los hechos noticiosos que llegan en forma aislada”(Santibáñez, 1995), referente a lo que plantea el autor hay que acotar que no solamente es buscar ese sentido a los hechos aislados, si no marcar una visión con datos para que el lector entienda los hechos.

Hay otra definición que señala que “Los géneros interpretativos son aquellos en los que, además de informar de un suceso o acontecimientos, el

periodista expresa su opinión” (Ministerio de Educación de España, 2009), según el planteamiento mencionado, el periodismo interpretativo presenta un enfoque especifico del tema, en el cual se deja ver la opinión del periodista.

Este género periodístico es el último en haber sido catalogado como tal, primero surge el género informativo, y luego el de opinión, y en un intento de una tercera clasificación varios autores le llamaron genero mixto, por hacer una interpretación de los otros dos, pero es en la búsqueda de término intermedio que surge el género interpretativo.

Con la necesidad imperiosa de darle al espectador más y mejor información los medios están reinventando técnicas y técnicas constantemente para encontrar la manera más creativa de contar lo sucedido, y el género interpretativo da la facilidad para ello.

Mediante el género interpretativo el periodista puede contar los hechos de una manera creativa, trasladando al lector al lugar donde se origina la información, mediante la utilización de palabras para describirle el lugar. Dentro de este género sobresalen:

- La Crónica
- La Critica

2.3.1 Crónica

La palabra crónica deriva del griego "cronos" que significa "tiempo", entonces en una definición propia, para nosotros la crónica es redactar con el tiempo, es decir contar los hechos conforme se fueron suscitando uno tras otro. Con esto queda claro que la crónica periodística es un tipo de redacción que se caracteriza principalmente por relatar de manera ordenada y cronológica los hechos, esta debe ser realiza por alguien que

estuvo presente durante el suceso, se la puede redactar también desde los relatos de un testigo o un enviado especial.

“La crónica periodista es, en esencia, una información interpretativa y valorativa de hechos noticiosos, actuales o actualizados” (Tello, 1998), por tal razón en esencia la crónica es una noticia pero más detallada y donde se incluye la interpretación personal. La crónica es un escrito de hechos reales, contada desde la visión del protagonista, no es aconsejable escribirla en primera persona, para lograr el interés del público.

La crónica se caracteriza por ser muy minuciosa al momento de relatar los hechos, debe contarlos todos sin perder detalle, el lenguaje utilizado debe ser sencillo, los hechos son narrados secuencialmente, y muchas veces se señala el tiempo en el cual aconteció.

Existen varios tipos de crónicas, entre ellas podemos anotar las siguientes:

a) **Crónicas políticas.-** Son aquellas que narran los acontecimientos dentro de la política local, nacional e incluso mundial.
b) **Crónicas de sucesos.-** Narran los detalles de hechos relacionados a actos delictivos y las actuaciones de las partes en conflicto.
c) **Crónicas sociales y culturales.-** Este tipo de crónica relata el acontecer en un evento social o cultural, un ejemplo como sería como se desarrolló un concierto, o cómo vivió una candidata o las candidatas la noche en un certamen de belleza.
d) **Crónicas deportivas.-** Son las que narran como se llevó a cabo un evento de esta índole, por ejemplo como se vivió el clásico del astillero en Guayaquil, dentro del estadio desde general, y como lo vivieron en tribuna.
e) **Crónicas de viajes.-** La realizan personas que visitan lugares lejanos, relatan detalladamente todo lo que vivieron en el viaje, siempre con detalles enriquecedores como anécdotas que hagan llamativa a la crónica.

f) **Crónica de corresponsales en el extranjero.-** El medio envía al periodista a un país para realizar investigaciones de un tema determinado, el periodista debe conseguir información exclusiva, y debe tener pleno conocimiento de todos los detalles del país al que es enviado.

En cada tipo de crónica el periodista da rienda suelta a su imaginación para describir los detalles a un nivel muy profundo que el lector puede imaginar donde y como pasaron las cosas.

2.3.2 Crítica

Al hablar de crítica, todos nos hacemos la idea de que es algo negativo, sin embargo la crítica periodística se centra en juzgar algo, exponiendo las razones para ello, no se puede decir que algo es bueno o malo sin reforzar lo expresado con argumentos.

"La crítica es el género por excelencia del periodismo especializado en cultura, sin embargo este concepto ha sido interpretando desde diversas perspectivas a lo largo de la historia." (Camacho Markina, 2010), aunque la crítica se basa netamente en lo cultural, en la actualidad se realizan otro tipo de críticas.

La crítica periodística pertenece al género interpretativo, mediante esta el periodista puede realizar juicos de valor, sobre cualquier trabajo artístico. El periodista al momento de lanzar un juicio debe probar lo que dice, no puede criticar si no se basa en argumentos sólidos y probados

La crítica tiene como eje principal ayudar al lector a orientarse referente a cuan buena o mala es una determinada obra, el crítico le muestra las dos partes, lo bueno y lo malo para que los espectadores decidan según lo planteado.

La persona encargada de realizar esta actividad, es decir el crítico debe ser muy exigente con su ética profesional al momento de realizar una crítica, no debe olvidar que lo que él está dando es una visión personal, por ende debe enmarcarse en los conceptos existentes, y si califica algo como bueno o malo, debe defenderlo con una amplia argumentación.

La crítica periodística es un género que se caracteriza por ser breve pero analiza a profundidad, debe presentar la información de una manera ágil y reflexiva, debe estar argumentada, y debe manejar un lenguaje cultural pero entendible, el crítico no debe olvidar que no escribe para especialistas. Se deferencia del periodismo por las funciones que cumple: Informar, enjuiciar, y actualizar.

a) **Informa.-** Se debe ubicar datos que ayuden a ubicar al lector en el contexto, referente a que y sobre que se va a realizar la crítica, se debe ubicar solo información fundamental.
b) **Enjuicia.-** Da a conocer los aspectos buenos y malos de la obra desde el punto de vista del crítico, con un alto grado de especialidad al momento de realizarla, es aquí donde se presentan los argumentos del porqué de lo positivo y de lo negativo.
c) **Actualiza.-**Sin duda alguna, las críticas siempre serán en torno a algo nuevo, por eso los lectores se van a enterar y estar al tanto de las nuevas tendencias, de una nueva obra de arte, de un nuevo tema musical, de una recientemente estrenada película, entre otros temas.

Al momento de redactar una crítica se debe seguir una estructura, debe contener un título, que se atractivo y referente al tema, un tesis planteada en el lead, argumentación, este es el punto más importante porque debemos convencer al receptor de lo que nosotros estamos planteando, en la argumentación se deben incluir enunciados casuales, preguntas, citas de autoridades, y para finalizar se presenta un resumen que reafirme nuestra idea planteada.

El autor de una crítica debe tener claro que escribe para todo tipo de lectores, pero no debe olvidar que quienes leen mayoritariamente las críticas en los diarios son personas con un alto nivel cultural e interés culturales referentes a una determinada rama del arte, el crítico debe estar al margen del respeto con el autor de la obra que este analice, aunque una crítica puede definir el triunfo o el fracaso de una determinada persona u obra artística, no debemos dejar de lado el gusto de lector, que muchas veces puede discrepar con lo planteado en la crítica.

2.4 La fotografía como género periodístico

"La luz es esencial a la fotografía, palabra que significa, <<escritura con la luz>>"(Langford, 2001), etimológicamente la palabra fotografía proviene de los vocablos griegos "photos", que significa luz y "graphos" que significa escritura, nosotros diremos que la fotografía nos permite hacer una ilustración gráfica con la luz como componente principal.

Debemos anotar que fotografía está relacionada a la imagen, "etimológicamente la palabra imagen viene del latín imago, término que hace referencia a la representación o reproducción",(Escalante Monroy, 2007), el mismo autor también señala que imagen es un icono que viene de la palabra griega "eikon", que se refiere al retrato mediante una idea de semejanza, es decir si la fotografía es la escritura con la luz, la imagen representa un realidad, mientras que la fotografía captura un instante de esa realidad y la representa mediante imágenes.

Los inicios de la fotografía se remontan al año 1824, en el siglo XIX, cuando el francés Nicéphore Niepce, logro realizar las primeras fotografías, después de varios intentos en 1826 se logra la primera fotografía con la utilización de la cámara oscura, la foto es conocida como "Vista desde la ventana en Le Gras", mediante un proceso de elaboración de 8 horas de

duración, en aquel entonces era imposible pensar en la fotografía como herramienta periodística.

Desde la realización de la primera fotografía en 1826 tuvieron que pasar 162 años para que surgiera la primera cámara digital que fue creada en 1988, conocida como DS-1P de Fuji, pero esta nunca salió al mercado, fue hasta 1991 cuando se comercializo la DycamModel 1, en ese mismo año Kodak lanzó al mercado su modelo DCS-100, la que daría la pauta para varios modelos con el paso de los años.

Con la llegada de las cámaras digitales poco a poco iría quedando atrás el viejo proceso de capturar imágenes mediante película, que luego debía ser revelado, la tecnología digital permitiría almacenar gran cantidad de imágenes en una misma tarjeta de memoria, lo que revoluciono el campo de la comunicación gráfica a pesar del elevado costo con el cual aparecieron a la venta las primeras cámaras digitales, costos que superaban los 10.000 dólares.

Con las cámaras digitales surge la fotografía digital, la que vendría a enriquecer los contenidos gráficos de la prensa con imágenes, la fotografía digital no es otra cosa más que la obtención de imágenes mediante una cámara digital, por la cual las imágenes son capturadas mediante un sensor electrónico, las mismas que son digitalizadas y almacenadas en la memoria de la cámara.

Los avances en cuanto a la fotografía, logro crear en un género periodístico que mediante imágenes puede informar, el fotoperiodismo. Para Ulises Castellanos un destacado fotógrafo mexicano define al fotoperiodismo como un género más del periodismo, el cual abarca cuatro géneros de fotografía de prensa: Fotonoticia. Fotoentrevista, Fotoreportaje, Fotodocumental, (Castellanos, 2004).

La incorporación de fotografías junto a una noticia, o cualquier texto periodístico a finales del siglo XIX trajo consigo la posibilidad de que los

lectores puedan conocer mediante fotografías realidades distantes a la suya. El primer diario en publicar una fotografía fue el New York DailyGraphic en 1880 bajo el título "A scene in Shanty Town", acción que inmediatamente fue seguida por varios periódicos de la época, y con esto se dio la pauta para el nacimiento de los reportaros gráficos que ganaron protagonismo al capturar imágenes insólitas de guerras o sucesos novedosos que eran difundidos por los periódicos de la época, en 1904 se funda la primera agencia, "Illustrated Journals Photographic Supply Company", considerada como la primera agencia de reporteros gráficos, que abastecieron de imágenes exclusivas a varios diarios, hasta que estos contrataron sus propios reporteros gráficos.

Mediante el fotoperiodismo los medios pretenden comprobar lo que dicen con letras, según Susan Sontag “Las fotografías procuran pruebas. Algo que sabemos de oídas pero de lo cual dudamos, parece demostrado cuando nos muestran una fotografía.” (Sontag, 2006), mediante el fotoperiodismo logramos corroborar con imágenes un hecho.

En la actualidad vivimos rodeados de imágenes lo que nos ha convertido en una sociedad visual, ya que mediante fotografías podemos conocer lugares que no imaginamos, identificar a personas, trasmitir emociones, y apreciar la mirada del mundo hacia nosotros y la nuestra hacia el mundo, mediante fotografías podemos contar una historia y trasmitir sentimientos.

La mayoría de los diarios ecuatorianos no incluyen en sus ediciones impresas, fotoentrevistas, fotonoticias, o fotoreportajes, lo que deja al lector un campo reducido al momento de buscarlas para comprobar una realidad que haya sido noticia, solo encuentra la imagen que acompaña al texto informativo.

Para el periodista Orlando Pérez, director de diario El Telégrafo, del Ecuador, es “de suma importancia que los medios impresos incluyan fotografías, muchas veces la gente compra los diarios porque ve reflejada su

realidad”, (Pérez, 2013), en el Ecuador según el entrevistado, solo El Telégrafo incluye un Fotoreportaje semanalmente.

Para considerar a la fotografía como género periodístico es necesario citar al encargado de realizar este trabajo dentro de un medio de comunicación, el foto- reportero, que según Jorge Galán, “El foto-reportero es el periodista que informa con su fotografía sobre un acontecimiento, o sintetiza un suceso con su fotografía”(Galàn, 2002).

2.3.3 Fotonoticia

La Fotonoticia es el género fotográfico que mediante una imagen logra llegar con una información, incluso sin un acompañamiento textual, destaca básicamente el hecho mediante una imagen, y por ende no es importante añadirle un texto, la imagen sola, ya es noticia.

Según la definición de varios autores la fotonoticia es un instante capturado de la realidad y según señala Niceto Blázquez, “Por consiguiente su alteración por cualquier procedimiento equivale a falsificar en la medida en que deja de adecuarse o ajustarse a la realidad”, (Blázquez, 2000), con esto queda claro que los retoques a través de un software establecido para ello, no está permitido dentro de este género.

Una Fotonoticia a diferencia de las noticias tradicionales en las cuales encontramos, textos extensos acompañados de diminutas imágenes con un pie de foto, logra dar una información clara, Incluye fotografías de política o movimientos sociales, muchas veces de eventos no previstos que son novedosos, mediante esta se logra documentar un hecho que posteriormente será publicado.

Al momento de publicar una fotonoticia debe estar acompañada de un pequeño párrafo descriptivo, este párrafo no es lo mismo que un pie de foto, “Incluye por lo menos una idea de la significación del

acontecimiento”(Sohr, 1998), con esto se ahorra mucho trabajo al momento de la diagramación.

Las fotografías publicadas como fotonoticias debe ser netamente informativa, para que no queden cabos sueltos que puedan desviar la interpretación del lector. La fotonoticia generalmente está acompañada por un título, y un pie de foto, ubicados en un espacio dentro del periódico que le ayude a destacar su contenido noticioso.

2.3.4 Fotoreportaje

Nos permite hacer un registro mediante fotografías de un hecho noticioso con el fin de informar a través de imágenes, sin necesidad de textos que acompañen a la fotografía, la información es presentada desde distintos ángulos.

Un Fotoreportaje es una secuencia fotográfica que narra un acontecimiento de interés, “se desarrolla en un conjunto de 4 a 10 fotografías aproximadamente” (de la Peña y otros, 2008), aunque no existe una regla establecida de cuantas fotografías debe contener un fotoreportaje, la mayoría no supera las 10 fotos por el espacio que estas ocupan. Su entrega y publicación es casi inmediata por estar vinculados a hechos noticiosos y de actualidad.

En la composición de las fotografías se debe incluir elementos que logren ubicar al lector sobre que paso, como, cuando, donde y a quienes les paso, mediante la captura de imágenes que contengan algún logo identificativo de los involucrados, o el nombre de la calle, se aporta significativamente a la comprensión del mensaje, la ubicación de las fotografías dentro del periódico debe ser de una forma ordena, de acuerdo a como sucedieron los hechos.

No existen reglas firmemente establecidas para poder elaborar un fotoreportaje, todo es a consideración del fotoperiodista, o fotorreportero, pero no se debe alejar de su esencia que es mediante fotos contar lo sucedió.

2.3.5 Fotoentrevista

La fotoentrevista es el género en el cual se narra mediante imágenes una historia, donde utilizando la escala de planos se pueden realizar diferentes fotografías que dejen un mensaje claro al lento de quien es y como es el entrevistado.

Se puede realizar una fotoentrevista tanto a personas como a objetos, lo que importa es que comuniquen cual es el ambiente en el cual se desenvuelven los sujetos o donde están los objetos. Mediante la fotoentrevista,el foto-reportero puede expresar su punto de vista referente al entrevistado.

Mediante los primeros planos se pueden conseguir fotografías muy expresivas, las mismas que revelaran la personalidad y el carácter de la persona entrevistada. La fotoentrevista en ocasiones acompaña a una entrevista textual.

2.3.6 Fotodocumental

El concepto de Fotodocumental es bastante amplio, pero la fotografía pura en esencia ya constituye un documento, “La fotografía tiene importancia como documento, porque puede captar hechos, detalles y circunstancias que el ojo humano no ha podido percibir,(…)”(Galàn, 2002), es decir se considera Fotodocumental a una evidencia existente de la realidad.

“La fotografía documental empezó a articularse como una idea nueva en Estados Unidos en la década de 1930, como reacción a las formas más artificiosas que estaban en boga.” (Freeman, 1991), y con el pasar de los años en la prensa a ganado espacio, ya que las personas apuntan más hacia una información que pueda ser verificada mediante imágenes, en sociedad moderna, todos dudamos, pero con una imagen que sustente una información será más creíble.

Darle a una fotografía la categoría de documento, está vinculada a la característica de testimonio de un acontecimiento importante y de afectar a la conciencia de las personas. También podemos entender como fotografía documental el progreso de una obra, o el archivo de imágenes referentes aun mismo elemento, un ejemplo claro de fotografía documental es el que realizan las clínicas de belleza, al fotografiar el antes y el después de sus pacientes.

Dentro de la Fotodocumental el fotógrafo se convierte en autor de una obra de varias entregas, no debe pensar como fotógrafo sino como un artista, debe mirar el concepto de arte dentro de la fotografía que va a documentar.

El últimos años el termino Fotodocumental ha tomado mucha fuerza, ya no solo los fotógrafos quieren documentar mediante fotografías las calles de una ciudad, o el transcurrir del tiempo en un determinado lugar, ahora los grandes políticos utilizan este recurso para aumentar su popularidad mediante un registro y archivo de fotografías.

CAPÍTULO 3

COMPONENTES DE UN PERIÓDICO

3.1 La tipografía

Desde los comienzos de la humanidad, el hombre ha tratado de comunicarse mediante señas, gestos, sonidos y figuras, conforme a la necesidad de manifestar algo se han creado nuevos mecanismos para hacerlo, uno de ellos la escritura, que deja constancia de lo expresado en palabras por el hombre.

La tipografía estudia las distintas fuentes tipográficas, además es la habilidad para crear tipos mediante los cuales se pueda trasmitir con eficacia y elegancia un mensaje compuesto por palabras, Según McLean, la tipografía está estrechamente vinculada a la escritura, al señalar los inicios de la tipografía el refiere que "La historia de la tipografía comienza con la invención de la escritura" (McLean, 1993), con el pasar de los años la tipografía ha evolucionado, y se han creado nuevos tipos de letras y nuevas fuentes agrupadas por su semejanza.

Etimológicamente la palabra tipografía se deriva de los vocablos griegos, tipos que significa "molde" y graphos que se interpreta como "escribir o grabar", el ámbito tipográfico engloba la realización de revistas, periódicos y libros, y cualquier documento que sea realizado mediante una impresión de palabras.

Con la llegada del papel surge el interés de la impresión de textos con tipos móviles en varios países europeos, como Italia, Francia, y Alemania. En 1400 Johann Gutenberg invento una técnica para la impresión con tipos móviles, la primera impresión de Gutenberg fue la biblia, compuesta por 42 líneas, aunque esta técnica ya fue utilizada por los chinos a inicios del siglo XI.

La técnica de imprimir promocionada por Gutenberg se propago rápidamente en Europa, fue así que en 1465 se crea la primera imprente en Italia, fundada por dos alemanes, Conrad Sweynheym y Arnold Pannartz, ubicada dentro del Monasterio Benedictino de Subiaco.

Dentro del concepto de tipografía, se debe tener claro las definiciones de fuente y tipo:

a) **Fuente.-** se define como estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos por unas características comunes.
b) Tipo.- se conoce como tipo al modelo o diseño de una letra determinada.

Actualmente existen una gran cantidad de tipos, lo que hace difícil una clasificación total, pero se las puede agrupar de acuerdo a la época en las cuales fueron creadas, muchos autores las conocen como familias tipográficas, “Se llama familia al conjunto o colección de tipos y cuerpos de un mismo dibujo o trazo, es decir, de un mismo estilo, obtenidos a partir de un diseño básico” (Zabala Ruiz, 2006).

Cuando emitimos un mensaje o una noticia a través de un medio impreso debemos ser cuidados al momento de elegir la tipografía a utilizar, existe más de 50.000 tipos pero “Cada familia tipográfica tiene sus propias características y su propia personalidad, que permiten expresar diferentes notas visuales (...)” (Magal Royo y otros, 2006), dentro de esa gran cantidad de opciones son pocas las utilizadas por los diagramadores y correctores de estilo en los periódicos.

3.1.1 La familia tipográfica

Es un conjunto de tipos de una fuente similar y características identificativas que las agrupan, pero a la vez las diferencian, cada familia tipográfica está

compuesta por 27 letras en mayúscula y minúscula, 10 números, signos de puntuación, símbolos, y signos matemáticos.

Existe un sinnúmero de clasificaciones de las familias tipográficas, pero nosotros nos enfocaremos en dos características fundamentales que estas poseen para agruparlas, presencian y ausencia de serif, además de la decoración que tenga el tipo y la ubicación, mediante este proceso emos identificado cuatro grupos.

- Tipografía serif
- Tipografía sans serif
- Tipografía cursiva
- Tipografía decorativa

3.1.1.1 Tipografía serif

Las fuentes serif se originan cuando las letras se realizaban en bloques de piedra, lo que dificultaba que estas sean uniformes en sus terminaciones, y presentaban patines o también conocidos como remates a los extremos, que se conocen con el nombre de serif.

Este tipo de fuentes dan una sensación al texto de autoridad, dignidad, tranquilidad y firmeza, son recomendadas para escritos extensos por la facilidad para ser seguidas por el ojo humano, gracias a los detalles que embellecen las letras.

Las fuentes serif manejan varias características que las identifican, una de ellas que las letras de carácter circular como, la o, p, d, b, deben ser más grandes, por el hecho de que al momento de agruparlas dan la sensación de ser más pequeñas frente al otro conjunto de letras.

Dentro de las fuentes serif las más utilizadas son las Romanas Clásicas, Romanas de Transición, Romanas de Antiguas o viejo estilo, Romanas Modernas, De cuña o glífico y Caligrafiadas, estas permiten leer con facilidad un texto, y evitan la monotonía.

Este tipo de fuentes son catalogadas como serias y manejadas mayoritariamente por instituciones, por la sensación de autoridad que dan al mensaje, entre los tipos más utilizados para publicaciones podemos anotar los siguientes.

- Garamond
- Georgia
- Lucida Bright
- MS Serif
- Times New Romam
- Book Antiqua
- Courier
- Courier New

3.1.1.2 Tipografía sans serif

Del francés Sans “sin” Serif, serifa o patines, este tipo de fuentes son completamente limpias, no tiene terminaciones con las serif, proyectan una imagen moderna, pero a la vez minimalista, son muy utilizadas en los diseños de publicaciones digitales, ya que son más entendibles que las fuentes serif al momento de proyectarlas en una pantalla, un ejemplo de la utilización de fuentes sans serif, es la utilizada por los noticieros de televisivos al momento de proyectar los créditos de una noticia, la limpieza de la fuente ayuda a captar el mensaje rápidamente. A las

fuentes serif también se las conoce como palo seco, surgen en el siglo XIX, en Inglaterra, sus vértices son rectos y sus trazos uniformes, ajustados en sus empalmes, representan la forma más pura y natural de la letra.

Es utilizada en el diseño de publicaciones por las sensaciones que le da al mensaje; modernidad, alegría, seguridad, y sobriedad. Se recomienda utilizarlas solo en textos cortos por la dificultad para seguir la lectura de un párrafo extenso.

Las fuentes sans serif fueron y son mayoritariamente en el ámbito comercial, por su legibilidad y durabilidad, que hacen entendible un mensaje en etiquetas, rótulos, vallas, o en cualquier tipo de mensaje publicitario.

Los tipos Sans serif o palo seco poco a poco han ganado espacio a las serif, por la visibilidad que están pueden proyectar a corta o larga distancia, son muy utilizadas para publicidades gigantes en carreteras, señalizaciones, dentro de esta categoría destacan las siguientes:

- Arial
- Chicago
- Tahoma
- Helvética
- Verdana
- Mónaco

3.1.1.3 Tipografía cursiva

Conocida como letra manuscrita en algunos países hispanoamericanos, la tipografía cursiva se caracteriza por la inclinación de sus letras y la concatenación de las misas. Se les conocer como cursiva a todos los tipos de letras inclinadas. Esta tipografía nos permite escribir a una velocidad acelerada, sus

orígenes se remonta a la escritura a mano, su nombre proviene del latín curro, que significa correr.

Las fuentes cursivas se caracterizan por su similitud a la escritura caligráfica, además uno de sus dos extremos es grueso y el otro delgado, muchas veces deben ser remarcados, o resaltados para no perder la visibilidad y la legibilidad del mensaje.

Este tipo de fuentes en recomendada para textos cortos, dan la idea de delicadeza, elegancia, y espontaneidad, en caso de utilizarlas en títulos o encabezados deben ser resaltadas para no perder los trazos finos.

Uno de los elementos principales para identificar a las cursivas es el enlace continuo entre letra y letra dentro de la palabra, por tal razón es imposible modificar el tamaño sin que se afecte la legibilidad, se recomiendo trabajar utilizando una adecuada separación entre las palabras.

3.1.1.4 Tipografía decorativa

Son tipografías que han sido creadas con fines específicos, donde no se ha tomado en cuenta la legibilidad al momento de escribir y leer el mensaje, son letras netamente expresivas, con formas que las adornan, no es aconsejable utilizarlas en textos extensos, ni siquiera en palabras completas, se las puede utilizar mezclándolas con otras tipografías, utilizando la primera letra de este tipo.

Dentro de las más utilizadas destacamos las siguientes

- Shotgun
- Umbra
- Hobo

El conjunto de tipografías decorativas se pueden diferenciar por la apariencia de la letra, pues presentan diseños propios y únicos, la textura y volumen es clave para diferenciarlas, aunque no existen subdivisiones claras dentro de las tipografías decorativas cada letra en si es un conjunto, presenta características propias.

Esta tipografía fue muy utiliza en los manuscritos antiguos, los diseños eran muy llamativos que proporcionaban atractivos puntos de atención para la mirada, mayoritariamente se utilizaba en letras mayúsculas para los escritos de corrido en tipografía decorativa.

3.2 Elementos icónicos y verbales

La gran cantidad de tipografías y diagramación en la página construyen la realidad de texto que va ser visible. Un mismo texto puede ser presentado de diferentes maneras sin que el contenido se modifique y cambien su esencia. Las imágenes, tipografía, y diagramación son elementos para textuales, que ayudan a la coherencia y comprensión del texto. Los elementos que integran el paratexto son dos; elementos icónicos y elementos verbales.

3.2.1 Elementos icónicos

Los iconos fueron los primeros elementos con los cuales se inició el lenguaje escrito, los pictogramas y los ideogramas, constituyen las formas más antiguas de comunicación mediante escritura. Los ideogramas, eran códigos compuestos de signos icónicos, combinados para transmitir un mensaje.

Con la evolución de la escritura, la utilización de signos quedo a un lado, pero con la aparición del dibujo surgió la unión de estos no solo en las formas de reproducción a través de sistemas mecanizados, si no frente a la nueva era tecnológica.

Dentro de los elementos icónicos se debe aclarar que solo se representa lo que se ve, y se conoce, estos signos reproducen las condices de percepción del objeto, siempre y cuando ya se hayan registrado, una fotografía o un dibujo.

Existe una gran diferencia entre el dibujo y fotografía, uno es artesanal y la otra es una reproducción de la realidad, a la fotografía se le conoce como la escritura de la realidad, sin embargo hay factores que influyen dentro de la construcción fotográfica, la elección de un ángulo, de un encuadre: es siempre un punto de vista y una construcción.

De ahí surge la costumbre de colocar junto a las imágenes leyendas que guíen hacia su correcta interpretación, como se lo realiza dentro de los periódicos, que con un pie de foto se le grafica al lector lo que contiene la imagen y se le ayuda a comprender el mensaje que de por sí es explícito.

3.2.1.1 La Ilustración

Cuando la imagen está vinculada con el texto se transforma en ilustración. La ilustración es una forma de darle un sentido estético al texto, con el fin de captar la atención de los lectores, por ejemplo una portada con buenas imágenes va a llamar más la atención del público y va a comprar el periódico.

Dentro de la prensa las publicaciones que son relacionas a un área en específico, incluyen a parte de las fotografías, gráficos. Los gráficos son diagramas o mapas que acompañan al texto y exigen un tratamiento lógico y deben estar vinculados a la información escrita.

La ilustración cumple distintas funciones, es, por lo tanto, un elemento para textual.

3.2.1.2 El diseño

Es la correcta combinación de formas y figura dentro de un texto que utilice gráficos para ilustrar y dar un mejor impacto visual, el diseño gráfico tuvo su auge a partir del siglo XIX, al facilitarse la reproducción de la ilustración y aumentar la competencia en la presentación de los productos comerciales, su verdadera explosión comenzó en la década de los setenta en Europa con la prosperidad económica, que devino en un aumento masivo de la publicidad, el periodismo y la publicación de libros.

Dentro del diseño gráfico, el diseño tipográfico es la elección y distribución de los tipos de letras a lo largo del texto. Las diferencias entre caracteres pueden ser de cuerpo o de tamaño, de grosor y de estilo

3.2.2 Elementos verbales

Los elementos verbales son los que se complementan con los elementos icónicos, analizan los aspectos más relevantes y emiten juicios de valor, concentra la función apelativa, el esfuerzo por capturar el interés del público mediante la descripción en palabras de la noticia.

En la prensa las primeras páginas: portada y contraportada, llevan informaciones concretas, resumidas en no másallá de 8 palabras, acompañadas de imágenes, el primera página o también conocida como portada se debe incluir la fecha actual, ciudad donde circula el periódico, el costo e información que los propietarios del medio crean necesario publicarla.

Dentro de los elementos verbales en un periódico podemos identificar los siguientes:

3.2.2.1 El Titular

Debe ser corto, y cumplir tres funciones principales, resumir la noticia, identificar el contenido, y captar la atención de los lectores.

3.2.2.2 El lead

Presenta en un breve resumen de la noticia, hace referencia en no más de un párrafo de lo que se tratara en todo el desarrollo de la información.

3.2.2.3 El cuerpo de la noticia

Es la explicación completa de la noticia, aquí se desarrolla todo lo planteado en los dos puntos anteriores.

3.2.2.4 Pie de foto

Se podría decir que es el complemento de un elemento icónico como es la fotografía, para dar un mensaje claro al lector de lo que sucede en la imagen.

3.3 Secciones de un periódico

Desde los inicios de la prensa escrita, está a buscado llegar a los lectores con la mayor cantidad y variedad de información, pero agrupándola en bloques o secciones que hagan la lectura más dinámica y variada por ende, “El periódico se divide en secciones. Son tan variadas, que difícilmente podríamos encontrar algún lector al que no le interese ninguna” (Yubero Jimenes y otros, 1996).

Todos los periódicos existentes en la actualidad, están divididos de una u otra manera, cada sección agrupa noticias que mantiene un grado de relación entre sí, al mostrar variedad en la información los periódicos

aseguran que sus lectores se interesen por lo menos en una de sus secciones, ya que estas son construidas de acuerdo al tipo de lectores al cual se dirige el medio.

3.3.1 Las Secciones

Todos los periódicos se dividen en secciones para facilitar al lector la búsqueda de información, la ubicación dentro del medio siempre dependerá de la prioridad que este dé a la información, existe un sinnúmero de secciones, el nombre que reciben depende del medio, las principales son:

- **Internacional.-** Muestra en conjunto toda la información internacional que el medio decide publicar.
- **Nacional.-** Reúne en la sección todos los hechos de interés nacional del país al cual pertenece el periódico.
- **Local.-** Es la sección con mayor cantidad de información porque recoge los hechos suscitados en donde está implantado el medio.
- **Sucesos.-**A esta sección algunos diarios la llaman “Crónica Roja”, por reunir información sobre hechos delictivos, violentos, muchas veces casos insólitos.
- **Política.-** Recoge la actualidad política, puede ser tanto local, como nacional, y si existiere un tema político internacional de relevancia también lo muestra.
- **Opinión.-** Esta sección muestra la opinión muchas veces del medio hacia la sociedad, o la sociedad hacia ella misma referente a un tema determinado.
- **Cultura.-** Reúne todo lo relacionado al arte, nuevas tendencias musicales, moda, artistas, tv, cine, todo lo que tenga que ver con cultura en todo ámbito.
- **Educación.-** Esta sección es una plataforma para los centros educativos en la localidad del periódico, o para temas vinculantes a la educación nacional o internacional.

- **Economía.-**Esta sección está vinculada a la información de carácter nacional e intencional netamente económica que vincula a negocios, exportaciones, devaluaciones de moneda, etc.
- **Deportes.-** Reúne información de carácter deportivo, dependiendo del medio se publicara los temas, pueden ser campeonatos, o simplemente información para emprender una rutina de ejercicios.
- **Turismo.-**Muestra lugares lejanos a la localidad del periódico, mediante reportajes destaca los lugares turísticos.
- **Sociales.-** Reúne información vinculada con las actividades realizadas de manera cotidiana, o en ocasiones especiales por el hombre.

3.4 Diseño, maquetación y diagramación

En la actualidad los periódicos ofrecen una gran cantidad de información pero no toda es relevante, por lo que es necesario ubicarla en lugares específicos y mediante el diseño y la maquetación se logra darle la prioridad que necesita cada noticia.

Se debe tener presente que diseñar no es ir hacia lo extravagante con decoraciones, es darle el espacio y la importancia que se merece cada noticia dentro de las páginas de un periódico.

3.4.1 Diseño

Los periódicos muestran un collage de la realidad que vive la sociedad, por lo que el diseño es el escenario en el cual se cuenta la noticia, debe existir lógica entre el contenido y el diseño. Para lograr mayor eficacia al momento de diseñar se debe tener en cuenta la calidad y la funcionalidad de cada tema.

Mediante el diseño se logra construir la identidad del periódico, muchas veces basado en una realidad existente o creado de la nada, las características identificativas de cada periódico aportan para que los lectores se identifiquen y prefieran leerlos.

Dentro del proceso de diseño en prensa se debe ser cautelosos al momento de realizar cambios en una imagen ya establecida en un conglomerado, si se cambia de la nada el estilo, las características, o todo el diseño de un periódico los lectores pueden resistirse a este cambio y alejarse del medio, muchos lectores se aferran a lo tradicional.

En el proceso de diseño se deben tener en cuenta los siguientes elementos.

3.4.1.1 Formato

Existen cuatro formatos utilizados mayoritariamente al momento de diseñar e imprimir periódicos:

a) **Hoja grande, tamaño sábana o asabanado broadsheet:** Es utilizado principalmente por los grandes diarios de circulación nacional, en el Ecuador uno de los diarios que utiliza este formato es diario EL Universo de Guayaquil. Su tamaño es de 600 mm por 380 mm.
b) **Tabloide:** Este formato es más reducido que el tamaño sabana, sus medidas comprenden 380 mm de largo por 300 mm de ancho. En el Ecuador es muy utilizado por los diarios provinciales, un ejemplo son los diarios que circulan en la provincia de El Oro ubicada en el sur de la costa Ecuatoriana: El Correo, El Nacional, El Opinión, existen variables del formato tabloide no todos encajan en la medida antes mencionada, unos la sobrepasan y otros no la completan.
c) **Berliner:** Este formato es un poco más ancho y alto que el tabloide, mide aproximadamente 470mm por 315mm, es utilizado

mayoritariamente por los diarios europeos, en Suiza es utilizado por el diario Le Temps, en Italia por La Repubblica, llGiornale y La Stampa.

d) **Arrevistado:** Este es formato poco común, tiene características similares a la revista, mucho color e incluso puede estar grapado, en el Ecuador no se ha registrado ningún diario que utilice este formato, un ejemplo existente es Diario La Tarde de Argentina. Este formato es utilizado en periódicos locales de frecuencias semanales o mensuales.

3.4.1.2 La retícula

Es la herramienta que sirve para dividir el espacio horizontal en columnas, la retícula es el espacio de separación entre columna y columna. Con este sistema se rigen los periódicos, para la separación entre textos e imágenes, nos permite jerarquizar la información que contiene el periódico y a su vez pone un límite.

3.4.1.3 Tipografía

Mediante la tipografía se logra trasmitir un mensaje claro y concreto, compuesto por imágenes y textos. Se debe seleccionar las fuentes adecuadas, mayoritariamente los diarios utilizan para sus titulares la fuente Impact, dentro de las fuentes Sans Serif, no es recomendable utilizar este tipos de fuentes paras textos extensos porque resultan monótonas y difícil de seguir en la lectura.

Para el desarrollo de los textos noticiosos los diarios utilizan fuentes Serif, porque facilitan la lectura, mediante trazos finos y los remates que ayudan al ojo a fijar y seguir una línea de texto.

3.4.1.4 Color

No se puede definir con exactitud las sensaciones que se pueden trasmitir a través de la utilización de un color cualquiera que este sea, en un medio de comunicación impreso.

De esta manera el color está estrechamente vinculado al diseño, conecta al lector con la historia que se le está relatando, aporta con sensaciones, emociones, al momento de trasmitir el mensaje.

Actualmente la mayoría de diarios se esfuerzan por brindar a sus lectores información acompañada de imágenes a color, los diarios a blanco y negro poco a poco van quedando atrás, en corto tiempo desaparecerán por completo y llenaran sus páginas a color.

La situación de los diarios es similar a la de la televisión, una vez que apareció el primer receptor de la señal televisiva a color, todas las personas querían verla con esas características, hoy si los diarios no emprenden un proceso de transformación, podrían perder lectores y esto repercutiría en la economía de los mismos.

Es el respaldo del diseño, mediante el uso adecuado del color se puede dar expresividad a los textos o imágenes.

3.4.1.5 Fotografía e Infografía

Enriquecen al texto mediante imágenes que ayudan a la comprensión e interpretación del mensaje.

3.4.2 Maquetación y diagramación

La maquetación también llamada diagramación se encarga de mezclar de manera armónica la composición, el color y los conceptos tipográficos, ubica los textos e imágenes dentro del periódico antes de ser impreso, de

manera jerarquizada, según el manual que publica el ministerio de educación de España acerca de la diagramación del periódico señala que es “el proceso y el resultado de ordenar o distribuir los contenidos que integran cada una de las páginas de un periódico: Textos, imágenes y publicidad”(Ministerio de Educación, 2011).

La diagramación aparenta ser una fase sencilla dentro del proceso de creación de medios impresos, pero lo difícil radica en que de ella depende que haya un texto llamativo de lectura fácil, que el cuerpo del texto sea correcto y proporcionado, que las imágenes estén correctamente ubicadas y concuerden con el texto. Quienes se encargan de la diagramación son mayoritariamente personas preparadas en la rama del diseño, pero siempre los trabajos que estos realizan están sometidos a sugerencias del dueño del medio.

3.4.3 Elementos de la diagramación

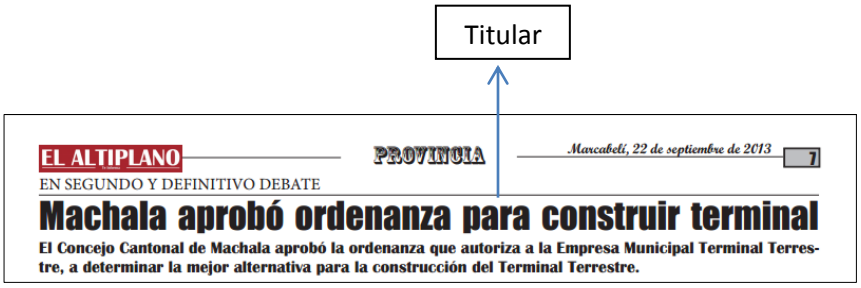
Es fundamental conocer los elementos que deben estar comprendidos dentro de la diagramación de un medio impreso especialmente de un periódico, debemos tener pleno conocimiento de las herramientas que serán utilizadas para esta actividad.

Antes de iniciar a diagramar debemos tener claro el concepto de lo que queremos mostrar, antes de proponer un diseño electrónico debemos tener como sustento un borrador hecho a mano, en el cual ya vamos dejando atrás las ideas que no se incluyen en el diseño final.

Dentro de los elementos de la diagramación que debemos tener presentes, constan los siguientes.

a) **Titulares:** Es lo más relevante y encabezan un texto, se subdividen en:

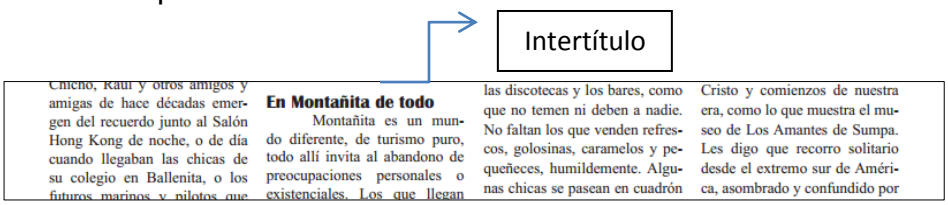
- **Titular.-** Lo más destacado de la noticia, no debe contener más de ocho palabras.



- **Antetítulos.-** Son colocados antes del titular e incitan a lector a continuar leyendo todo el texto.

- **Subtitulares.-** Están colocados debajo del titular principal, son brevemente extensos, y ofrecen una pequeña introducción a la noticia.

- **Intertítulos.-** Colados en el cuerpo del texto, para dividir, o separar temas comprendidos dentro de una misma noticia.



b) Texto: Es el contenido de la noticia, es el cuerpo de la información, se maneja una misma tipografía de principio a fin.

c) Encabezado y pie de página: Marcan el estilo del periódico, señalan donde inicia y donde termina, en el encabezado debe incluirse; nombre del periódico, nombre de la sección, lugar y fecha, y numero de página.

d) Hilos.- Son utilizados para separar textos que pueden ser interpretados como uno solo dentro de la diagramación por parte de lector, lo que generaría confusión.

e) Viñetas.- Son mini titulares que marcan un tema o asunto destacado.

f) Fotografías.- acompañan al texto, muchas fechas estas aparte de leyenda o pie de foto llevan el crédito del autor de la fotografía.

Ganaderos del Litoral y Galápagos plantean elevar el valor de la carne

Los ganaderos del Litoral y Galápagos plantean elevar el precio de la carne de res en pie de $ 0,60 a $ 0,92.

La Asociación de Ganaderos del Litoral y Galápagos (AGLG) planteó el 17 de septiembre a la subsecretaria del Ministerio de Agricultura, Margoth Hernández, elevar el precio de la carne de res en pie de $ 0,60 a $ 0,92.

Representantes de ese gremio, con miembros de la Federación Nacional de Ganaderos, se reunieron a puerta cerrada con la funcionaria en el Gobierno Zonal para exponer "la problemática del sector".

Peter Bohman, presidente de AGLG, dijo que en la reunión manifestó que es urgente revisar el precio, que no ha variado desde hace diez años.

Los ganaderos, agregó, están trabajando a pérdida y se han visto en la obligación de ahorrar en aspectos como mantener "un nivel genético de primer orden, los potreros en buen estado y pagar sueldos mínimos dignos".

Sobre este tema, el ministro de Agricultura, Javier Ponce, refirió que están conversando con los productores, más aún no se puede hablar de un precio fijo establecido.

"Estamos discutiendo, pero creo yo que podemos ver otras posibilidades", anotó. **(VBE)**

Gráficos.- Son las infografías, mapas, caricaturas que utiliza el diseñador para hacer atractivo el texto y el cuerpo del periódico.

Publicidad.- Es el espacio destinado para los anuncios publicitarios.

Tipología.- La gran variedad de tipos de letras utilizados para todos los textos del periódico.

Numero de columnas.- Sirven para la distribución del texto y para encajar los elementos. Actualmente, el patrón en diarios estándar es la división en 6 columnas, pero en la mayoría de los casos depende del diseñador.

Espaciado.- También conocido como medianil, sirve para separar las columnas y evitar que el texto aparezca como desordenado.

CAPÍTULO 4

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

4.1 Estudio del mercado en Marcabelí

Durante décadas Marcabelí no ha tenido un medio de comunicación estable y manejado por profesionales; en 1983 se publicó el primer número del semanario “Informativo Marcabelí”, fundado por el profesor Julio Mogrovejo, el mismo que dos años más tarde desapareció, a pesar de la gran acogida de los marcabelenses hacia este periódico.

Marcabelí ha experimentado raros acontecimientos, medios de comunicación fugaces, que al no tener un adecuado manejo, tuvieron que cerrarse, tal es el caso de Radio Palmira, conocida también como “La voz de la chivila”, Radio Antena 10, que durante años acompañaron a los marcabelenses en sus jornadas de trabajo, con música y noticias, pero por situaciones económicas provocadas por una mala administración debieron cerrarse, al igual que el periódico “Informativo Marcabelí”.

Con la llegada de las nuevas tecnologías han existido varios intentos fallidos para crear un medio de comunicación digital, Edentv, Marcabelitv, edendelosandes.com, marcabeli.com, todos sin éxito, situación que ha dejado desinformada del acontecer local a la población.

Para conocer la situación actual del mercado en Marcabelí, debemos realizar y analizar detallada y detenidamente el Briefing, que sirve como base para todo análisis de mercado.

Mediante la realización del Briefing podemos descubrir los intereses, los gustos, y las necesidades de nuestros clientes.

4.1.1 Briefing

El Briefing es el instrumento que nos permite ahorrar tiempo y dinero, ya que mediante esta actividad conocemos más detalladamente nuestras fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, además de las acciones a largo y corto plazo.

4.1.1.1 Objetivos generales

- Identificar si las personas se ven reflejadas en los diarios que compran
- Conocer la frecuencia con la cual compran el periódico los marcabelenses.
- Descubrir cuanto están dispuestos a pagar por un nuevo periódico que empieza a circular.
- Determinar cuál es el periódico con mayor acogida entre los marcabelenses.

4.1.1.2 Objetivos específicos

- Identificar si las personas se ven relejadas en los diarios.
  - **a)** Conocer el porcentaje de la población que se identifica con los actuales periódicos.
- Frecuencia de compra de periódico.
  - **a)** Identificar con que prioridad la gente lee el periódico
  - **b)** Descubrir si la gente compra más el periódico el fin de semana.
- Descubrir cuanto están dispuestos a pagar por un nuevo periódico que empieza a circular.
  - **a)** Conocer la inversión que estarían dispuestos hacer los marcabelenses para comprar el periódico.
  - **b)** Identificar cual es el valor adecuado con el cual debe salir a la venta nuestro productor.
- Determinar el periódico con mayor acogida en Marcabelí.

a) Conocer cuál es el periódico preferido por los marcabelenses.

b) Descubrir si los diarios nacionales tienen mayor impacto que los diarios de la provincia.

4.1.1.3 Ámbito de estudio

Cabecera cantonal de Marcabelí, Ciudadela Veinticuatro de Junio, Imbabura, El Centenario, Nueva Esperanza, y la parroquia rural El Ingenio.

4.1.1.4 Público objetivo

Nuestro producto irá dirigido a las personas que desean estar informadas y comprar el periódico por lo menos una vez a la semana.

4.1.1.5 Muestra

Tomando como referencia la cantidad de habitantes que tiene Marcabelí según el último censo realizado por el INEC, la publicación del cantón es de 5.450. Para determinar la muestra a la cual aplicaremos las encuestas, aplicaremos la siguiente fórmula.

$$n = \frac{N}{1 + (N.e2)}$$

n= tamaño de la muestra

N= universo

e=margen de error (0.3% - 0.5%)

$$n = \frac{5.450}{1 + (5.450x0.25)} \quad n = \frac{5.450}{1 + (13.625)} \; n = \frac{5.450}{14.624} \qquad n = 372{,}64$$

$$\boldsymbol{n = 373}$$

La muestra seleccionada para la aplicación de las encuestas de es de 373 encuestados.

4.1.1.6 Encuestas

Mediante encuestas es posible conocer completamente el mercado, esta técnica de investigación es la más utilizada al momento de lanzar un nuevo productor, sin embargo debemos ser muy cuidadosos al momento de redactar las preguntas, porque al cometer errores en su elaboración se estaría desviando el fin de la investigación.

Las preguntas utilizadas en la encuesta deben ser comprensibles, y sin sesgo alguno para evitar inconvenientes.

A continuación detallamos el modelo de encuesta utilizado, para la realización del estudio de mercado, con lo cual se logra comprobar la factibilidad de nuestro proyecto.

Buenos días: Le solicitamos de la manera más cordial nos colabore contestando la siguiente encuesta con la mayor sinceridad posible, el objetivo de la presente es netamente académico.

Sexo: M ( ) F( )

1.) **Usted vive en Marcabelí?**
Si( ) No( )
En caso de seleccionar la opción “NO”, finaliza la encuesta.

2.) **Con que frecuencia compra Ud. El periódico?**
Diaria ( ) Semanal ( ) Quincenal ( ) Mensual ( )

3.) **Que periódicos lee Ud.?**
a) El Extra ( ) b) Correo ( ) c) Opinión ( ) d) El Nacional ( )
b) e) La Hora ( ) f) Expreso

4.) **Encuentra Ud. Información sobre Marcabelí en los diarios que circulan en el Cantón?**
Si ( ) No ( ) Rara vez ( )

5.) Usted compraría un periódico hecho específicamente para los marcabelenses?
Si ( ) No ( )

6.) De las siguientes secciones, seleccione las que le gustaría que tenga un periódico hecho para Marcabelí?
a) Política ( ) **b)** Deportes ( ) **c)** Crónica Roja ( )
d)Nacional ( ) **e)** Internacional ( ) **f)** Curiosidades ( )
h) Entretenimiento ( )**i)** Salud ( ) **j)** Local ( )

7.) Cuanto estaría Ud. dispuesto a pagar por un periódico hecho para Marcabelí.
a) 0.50 ( ) b) 0.60 ( ) c) 0.75 ( )

8.) Que le llama más la atención al momento de comprar un periódico.
a) El color de la portada ( ) b) La información que este contiene ( )

9.) Como elogie Ud. El lugar para comprar el periódico?
a) Por cercanía( ) b) Por amabilidad ( )c) Porque venden otros productos ( ) d) Otros ( )

Por su colaboración, gracias.

4.1.2 Resultados

El presente estudio tiene como objetivo el conocimiento del mercado para los periódicos en Marcabelí, así como también conocer los gustos y referencias en cuanto a secciones de un periódico y el valor que estarían dispuestos a pagar por un semanario hecho para Marcabelí.

Mediante la aplicación de la técnica de encuesta a 373 marcabelenses se ha logrado obtener importantes datos para el estudio de mercado, con el fin de abarcar a toda la población las encuestas estuvieron divididas en dos grupos.

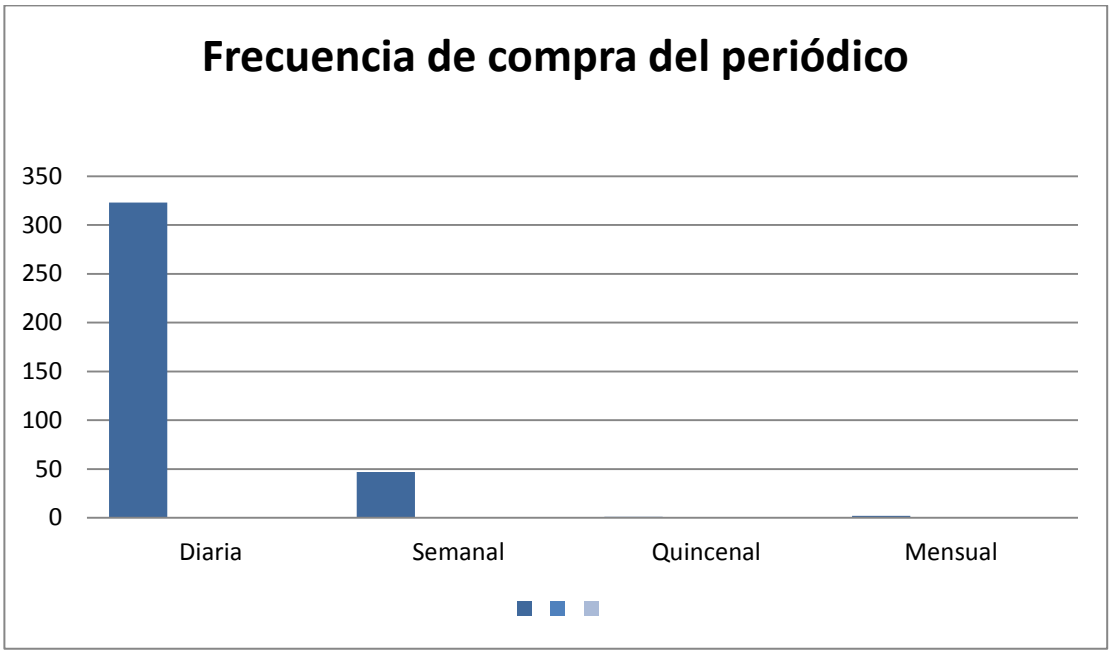
- 300 Zona Urbana
- 73 Zona Rural

Todos los datos son incorporados a un mismo grupo de tabulación e interpretación.

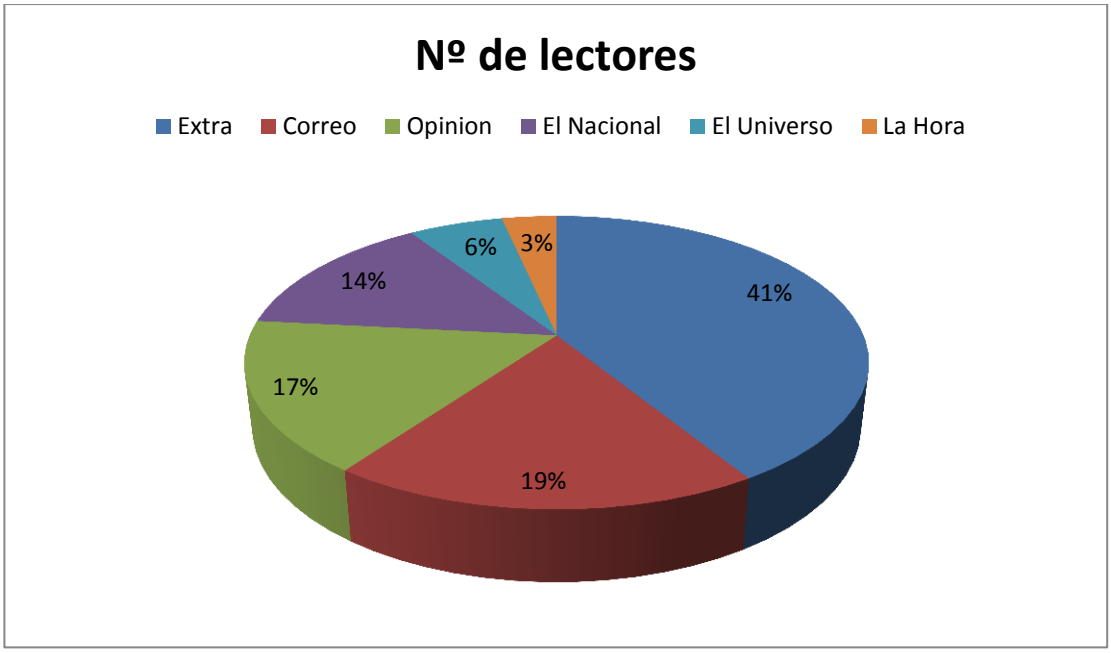
4.1.3 Análisis de Mercado

Nuestra muestra seleccionada para la realización de encuestas cuenta con 373 personas, realizada en la parte urbana y rural, de las cuales cuatro no viven en Marcabelí, motivo por el que dichas encuestas no pasaron el primer filtro y fueron anuladas.

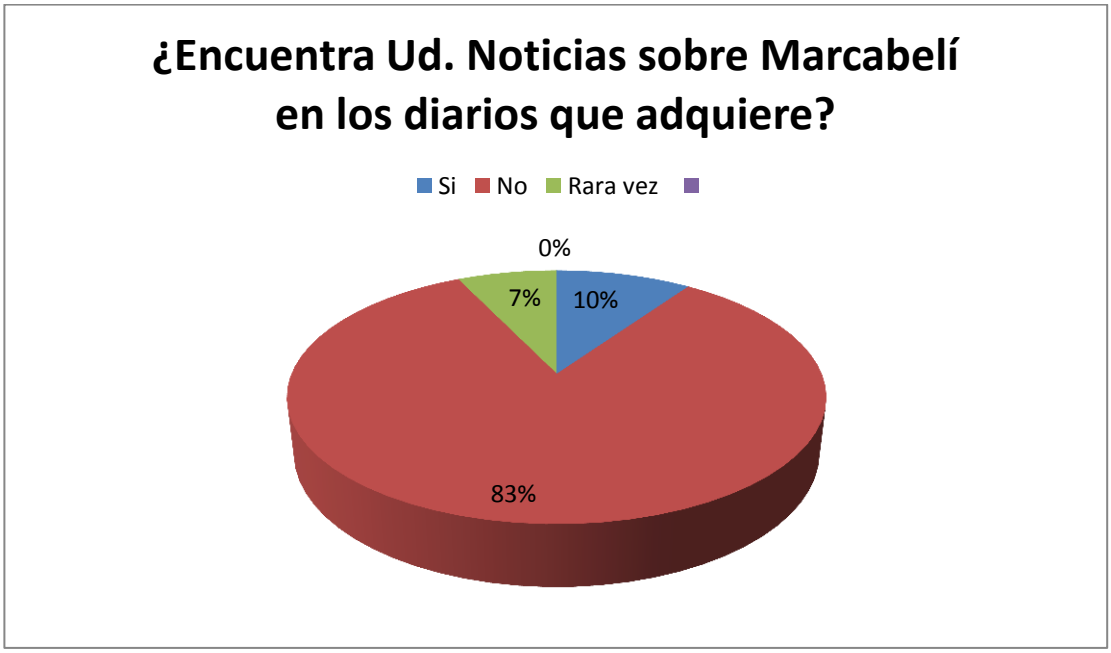
Pudimos comprobar que todos los encuestados compran algún periódico, aunque no todos con la misma frecuencia, entre los resultados obtenidos se destaca que la mayoría de personas que comprar el periódico lo hacen de manera diaria, seguido por quienes lo adquieren de manera semanal, quincenal y mensual.



En cuanto a los diarios con mayor acogida se logró comprobar que diario Extra es el más leído en el cantón, seguido por el diario El Correo, Nacional y Opinión, los dos diarios con menos acogida son El Universo y La Hora, en penúltimo y último lugar, se debe destacar que gran parte de las personas seleccionaron más de una opción de diarios, muchos leen el Extra y el Correo.



Al consultar si las personas se ven reflejadas en la existencia de noticias en los diarios que compran la respuesta fue un abrumador no, con un 83% mientras que un 10% dice que no existen noticias sobre Marcabelí, y un 7% señala haber encontrado noticias del cantón rara vez.

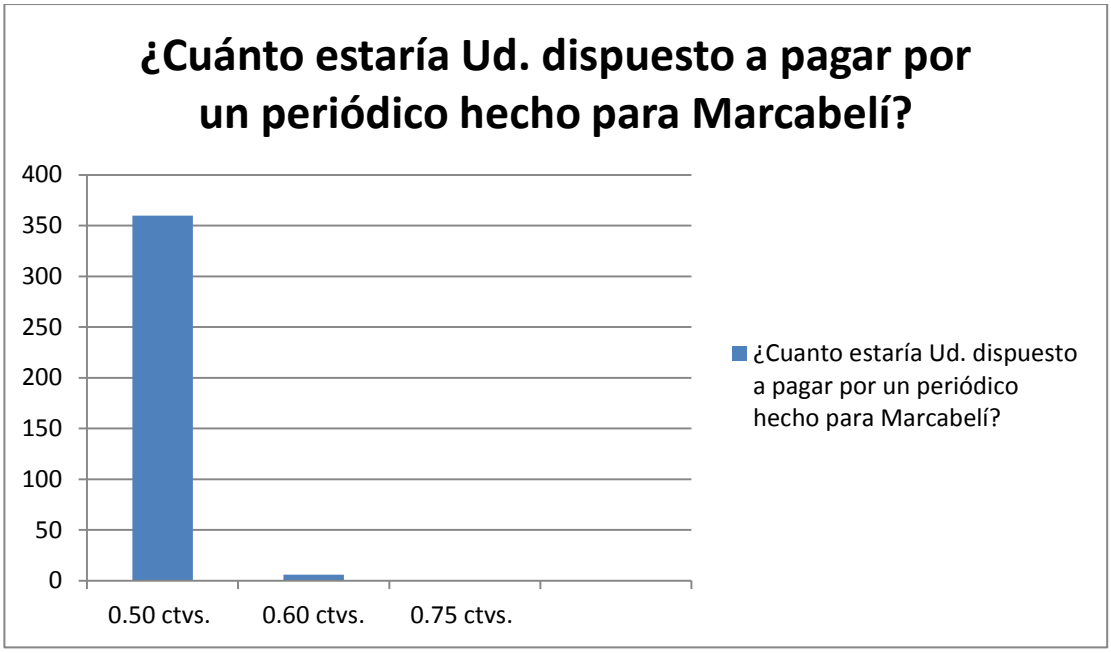


Urge la necesidad de los marcabelenses de contar con un medio de comunicación propio, ya que de todos los encuestados el 100% señalo que si compraría un periódico hecho exclusivamente para los marcabelenses.

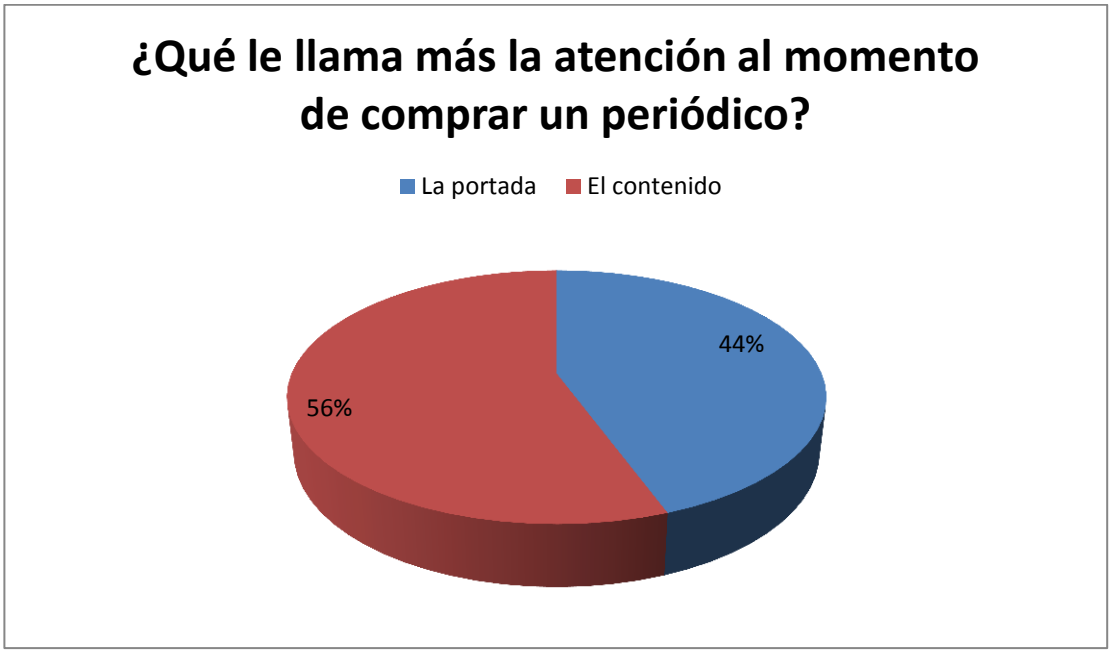
Las secciones de mayor interés para los marcabelenses dentro de un periódico elaborado exclusivamente para Marcabelí, fueron las de información local, política y deportes, seguido por la sección nacional y de salud.

Cuando se realiza una encuesta para descubrir la cantidad de dinero que los posibles clientes están dispuestos a pagar por nuestro producto, debemos ser muy cuidadosos al momento de mostrar las opciones de respuesta, ya que las personas tienden a seleccionar la opción con la menor cantidad.

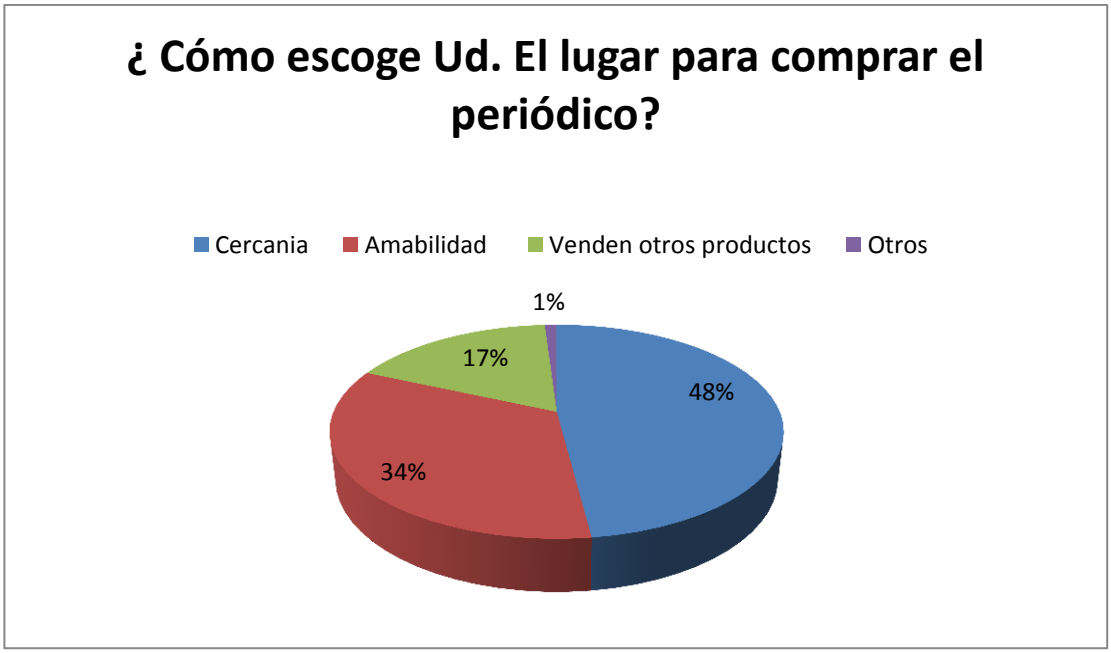
En nuestro caso utilizamos tres opciones; 50 ctvs., 60 ctvs., y 75ctvs, ubicando nuestra opción previamente pensada como la más factible para que los clientes se familiaricen con el precio, nosotros obtuvimos el resultado deseado, la mayoría selecciono la opción de los 0.50 centavos de dólar.



Al momento de lanzar un nuevo producto al mercado siempre es importante la apariencia del mismo, por eso nos debemos preocupar no de cómo lo vemos nosotros si no como lo verán los demás, por esta razón realizamos la pregunta nuestros posibles clientes, sobre qué es lo que les llama más la atención al momento de adquirir el periódico.



Al momento de realizar un estudio de mercado debemos tener en cuenta las vías de distribución de nuestro producto, es decir cómo va a llegar el cliente hacia nuestro producto, y viceversa. Muchas personas adquieren un producto por la cercanía del lugar de expendio, otros por la amabilidad de quien les oferta, y muchos por el enganche que pueden tener para adquirir otros productos.



Mediante los resultados obtenidos y el análisis realizado logramos determinar la factibilidad para lanzar nuestro producto al mercado, donde un gran porcentaje compra periódico y no se ve reflejada en el mismo, por lo que es necesario ofertar un periódico con información local y de más ámbitos que interesen a los lectores, y que este satisfaga las necesidades de saber lo que sucede en el ámbito local, mediante un módico precio de 0.50 centavos de dólar.

4.2 Las fuentes noticiosas

Los acontecimientos noticiosos no escogen ni lugar ni hora, suceden de imprevista y esto hace que muchas veces el periodista no pueda estar presente para cubrir los hechos.

Una gran mayoría de periodistas no están presentes en los hechos pero recurren a testigos o personas involucradas en los hechos para conseguir la información y construir la noticia.

Hay cosas que un medio de comunicación no puede predecir, pero hay acontecimientos que pueden ser previstos, como ruedas de prensa, reunión de autoridades, visitas oficiales de políticos, y pronunciamientos de líderes, en estos casos los periodistas pueden recopilar personalmente la información para poder redactar la noticia.

Las fuentes noticiosas son necesarias inclusive cuando el periodista ha sido testigo de los hechos, los testimonios enriquecerá el cuerpo de la noticia. Si el periodista fuese testigo de un accidente de tránsito no puede publicar la noticia sin recurrir a las fuentes que en este caso serían los involucrados si estuviesen vivos, y los agentes de tránsito y los cuerpos de socorro que llegaron a auxiliar a las víctimas, debe incluir las causas y consecuencias del accidente, información que es proporcionada por personal autorizado como agentes de tránsito.

El periodista también tiene la posibilidad de reservarse la fuente, según lo señala la Constitución del Ecuador vigente desde el 2008 en el artículo 20.

"Art.20.- *El estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emiten sus opiniones a través u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación."*(Constitución del Ecuador, 2008)

Un medio de comunicación no debe limitar sus fuentes informativas, pero si debe ir seleccionando las que le proporcionen información certera, es decir las de mayor credibilidad.

Según Juan Luis Manfredi, las fuentes periodísticas se pueden clasificar de la siguiente manera: Propias, Institucionales, espontaneas, confidenciales, anónimas. (Manfredi Mayoral, 2000).

a) **Propias.-** Son establecidas por el propio medio o los mismos periodistas.
b) **Institucionales.-** son las instituciones políticas, sociales, o religiosas, financiero.
c) **Espontáneas.-** Son las personas que dan una información al verse afectadas por un hecho, que bien de parte de algún organismo o poder político, muchas veces estas personas visitan el medio para dar su versión.
d) **Confidenciales.-** Son las que proporcionan información privilegiada al medio de comunicación, pueden pertenecer a una organización pero su disconformidad hace que ciertas personas filtren información.
e) **Anónimas.-** Son las fuentes que proporcionan información pero prefieren el anonimato.

Otra clasificación podría ser.

- **Fuentes Personales:** Son las más importantes, porque hablan de manera personal.
- **Fuentes documentales:** Son fuentes archivadas, o de archivo, que proporcionan información. Como datos sobre estadísticas, porcentajes.

Para nuestro trabajo informativo dentro de EL ALTIPLANO, nosotros clasificaremos las fuentes noticiosas en dos grupos, basándonos en la ubicación geográfica de estas y la relevancia que tienen en la provincia de El Oro y en Marcabelí.

- Fuentes informativas en la provincia de El Oro.
- Fuentes Informativas en Marcabelí

4.2.1 Fuentes informativas en la provincia de El Oro

Dentro de las fuentes informativas en El Oro, están incluidas las direcciones provinciales de cada ministerio, además de las organizaciones de gobierno provinciales, en este grupo están las siguientes.

- Gobernación de El Oro
- Gobierno Provincial de El Oro
- Intendencia de Policía de El Oro
- Policía Judicial de El Oro
- Autoridad Portuaria de Puerto Bolívar
- Direcciones provinciales de Ministerios
- Federación Deportiva de El Oro (FEDEORO)
- Direcciones provinciales de movimientos y partidos políticos
- Delegación Provincial Concejo Nacional Electoral
- Alcaldías de Arenillas, Huaquillas, Machala, Pasaje, Santa Roja, El Guabo, Piñas, Zaruma, Las Lajas, Balsas, Portovelo, Chilla, y Atahualpa.

4.2.3 Fuentes Informativas en Marcabelí.

EL ALTIPLANO estará enfocado mayoritariamente en Marcabelí, por lo que dentro de esta localidad la cantidad de fuentes informativas será mayor, y por ende con un espacio más amplio en el periódico, con un enfoque en todos los ámbitos, tales como sociales, educativos, políticos, entre otros, en este grupo las fuentes son las siguientes.

- Municipio de Marcabelí
- Gobierno Parroquial de El Ingenio
- Dirección Cantonal de Salud

- Liga deportiva cantonal de Marcabelí
- Asociación de pequeños cafetaleros (APECAM)
- Directivas barriales
- Comisaria Nacional de Policía
- Delegación Cantonal del Cuerpo de Bomberos
- Comités pro-mejoras de cada barrio.
- Empresa de reciclaje MARBAL
- Dirección cantonal de CNEL
- Directivas cantonales de movimientos y partidos políticos

4.3 Estudio económico

Mediante el estudio económico lograremos conocer la estructura financiera de la empresa, en cuanto a la inversión inicial y los gastos que se generaran durante el tiempo de vida como tal.

4.3.1 Inversión

La empresa cuenta con la inversión inicial de su único socio fundador, Victor Fernando Bravo, con lo que se logrará adquirir bienes y herramientas utilizadas para el desenvolvimiento de la empresa en su campo.

4.3.2 Capital de trabajo

El capital de trabajo son los recursos económicos que requiere una empresa para su funcionamiento. La empresa contará con un capital de trabajo, con base en la siguiente descripción.

Aporte de socios	**Cantidad**
Socio Fundador	3.000
TOTAL	**3.000**

4.3.3 Personal

La empresa mantendrá un equipo de personas con dependencia laboral, integrada por: Un director general, un reportero, un fotógrafo, y una secretaria. Además se contará con un equipo de colaboradores para las diferentes secciones.

Cargo	**Nombre**	**Área/Sección**	**Salario**
Director	Víctor Fernando Bravo	Dirección	350,oo
Secretaria	Johana Aguirre	Administración	320,oo
Reportero/MT	Noelia Ruiz	Noticias	340,oo
Fotógrafo/MT	Javier Romero	Noticias	340,oo
Colaborador	Cesar Pinos Espinoza	Turismo	
Colaboradora	Ana Francisca Delgado	Salud	
Colaboradora	Adela Alexandra Araujo	Entretenimiento	
Colaboradora	Tania Fernanda Párraga	Opinión	
Colaboradora	María Eugenia Bravo	Sociales	
		TOTAL	**1350,oo**

4.3.4 Ventas

Son las transacciones que realice la empresa ofertando un producto a cambio de una cantidad de dinero en efectivo.

La empresa se proyecta durante un año lograr obtener un espacio de cuatro páginas destinadas para publicidad, lo que generaría ingresos para la

sostenibilidad económica, así mismo se ofertara una edición impresa semanal del periódico con lo cual se autofinanciara la impresión.

Proyección en ventas de publicidad.

Mes	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**
Venta de publicidad	0%	25%	25%	25%	50%	50%	50%	100%	100%	100%	100%	100%
Nº de paginas	0	1	1	1	2	2	2	4	4	4	4	4

4.3.5 Inversión

Es la inyección de recursos para adquirir bienes o servicios materiales para el desenvolvimiento normal de la empresa, nosotros invertiremos en los siguiente partiendo de un capital de 3.000 dólares.

Descripción	**Valor c/u**	**Valor Total**	**Vida Útil en años**
Personal		1350,00	
Grabadora	60,00	60,00	5
Cámara de fotos Fujifilm 12mp.	440,00	440,00	4
Computadora Sony vaio	840,00	800,00	5
Uniformes para distribuidores	15,00	45,00	1
Impresión semanal de 1.000 periódicos.	0,30	300,00	
	Total	**2.995,00**	

4.3.6 Costos de productos

Mediante la comercialización de productos, entre ellos la publicidad y el periódico impreso se lograra recuperar la inversión.

Producto	Valor en venta	Total disponible
Periódico	0,50	1.000
Publicidad	reservado	reservado

4.3.7 Proyección de la empresa

La empresa nace con una inversión neta de 3.000 dólares, lo que servirá como punto de partida, a esta cantidad la conoceremos como capital.

El Altiplano, recupera su capital, es decir se genera una cantidad doble a la actual en un lapso de un año, acompañado de la venta de publicidad.

Luego de transcurrido los primeros doce meses existirá un punto de equilibrio entre los ingresos y egresos.

4.4 Propuesta de empresa El Altiplano

4.4.1 El nombre

Luego de un proceso de análisis, llegamos a la conclusión de utilizar el nombre de “EL ALTIPLANO”, para nuestro semanario, el nombre hace referencia a la ubicación geográfica del Cantón Marcabelí, situado en la parte alta de la provincia de El Oro, conocida como el altiplano orense.

Otra razón por la cual utilizamos este nombre es por la visión de en un futuro expandir la cobertura y distribución del periódico a todos los cantones

situados en la parte alta de El Oro, como son Piñas, Zaruma, Portovelo, Balsas, Las Lajas, y Chilla.

4.4.2 Productos y servicios

El principal producto de nuestra empresa es ofertar un servicio informativo profesional, con frecuencia semanal, en una versión impresa de 20 páginas, además de ofrecer espacios publicitarios a todos los sectores dedicados a la actividad comercial en Marcabelí.

4.4.3 Razón social

EL ALTIPLANO, es una empresa de carácter personal, sin personería jurídica, autofinanciada mediante la comercialización de periódicos, y contara con la colaboración de estudiantes y profesionales de la comunicación. Se ofertaran los siguientes servicios.

- Información Local, nacional, e internacional en todos los ámbitos.
- Cobertura de eventos sociales y publicación en el periódico.
- Espacios publicitarios, para la publicación de clasificados.

Con esto la empresa busca ser un aporte en el desarrollo de la sociedad marcabelense brindando información en todos los ámbitos con un enfoque prioritario a lo local.

4.4.4 Organización administrativa

Estará formada por dos instancias; Área administrativa y el equipo de colaboradores.

- **Área Administrativa:** existirá un director general, una secretaria, un reportero, y un fotógrafo, todos estos con relación de dependencia con la empresa.
- **Equipo de Colaboradores:** Serán los encargados de aportar contenidos para su publicación, se considerara parte del equipo de colaboradores a quienes aporten uno o más temas para su publicación en cada edición impresa de El Altiplano.

4.4.5 Misión y Visión

- **Misión**

  Informar de una manera veraz y oportuna, basados en la verdad como principio y con un punto de equilibro, sin favorecer ni desmerecer a ningún sector de la sociedad.

- **Visión**

  Convertirnos en una empresa reconocida a nivel local, nacional e internacional por el profesionalismo e investigación al momento de realizar nuestro trabajo informativo.

4.4.6 Valores

Nuestra empresa se basara en tres valores fundamentales, Respeto, verdad, y tolerancia.

Respeto hacia todos los sectores interna y externamente con los cuales se vincule la empresa.

Verdad, para informar de una manera imparcial y Tolerancia para quienes no estén de acuerdo con nuestro trabajo y traten de desmerecerlo.

4.4.7 Logotipo

Todas las empresas por más pequeñas que estas sean deben tener su propia identificación, y para logar este objetivo es necesario un logotipo que muestre lo que la que la empresa es.

Nuestro logotipo está basado en una tipografía palo seco hacer más entendible nuestro nombre y nuestro lema que es “Te Informa”. Utilizando el color rojo como base, queremos demostrar la fuerza y la pasión por la comunicación, mientras que el blanco de las letras dan el mensaje de paz y tranquilidad, además las líneas horizontales en las cuales se descansan las letras que forman el nombre de nuestra empresa dan la sensación de estabilidad y equilibrio.

CAPÍTULO 5

PRODUCTO FINAL; EL ALTIPLANO

5.1 Planteamiento del producto

EL ALTIPLANO es un medio de comunicación impreso, ofertado a los marcabelenses con el fin de solventar la ausencia de información generada en el cantón, a la cual no todos tienen acceso cuando esta genera, por tal razón en el momento de crear un medio impreso con frecuencia semanal los habitantes de este lugar estarán completamente informados.

Nuestro producto, contara con las siguientes características.

5.1.1 Secciones

El semanario EL ALTIPLANO, contendrá información del ámbito local, provincial, nacional, deportes, perfiles, salud, entretenimiento, opinión, ordenado en las siguientes secciones:

- **Local.-** Información originada en Marcabelí, ocupa mayor espacio dentro de la diagramación.
- **Opinión.-** Refleja la postura del medio, ocupara siempre la página seis.
- **Provincia.-** Noticias de carácter provincial que tenga vinculación con los habitantes de Marcabelí.
- **Nacional.-** Hechos noticiosos a nivel país.
- **Vida Sana.-** Es la sección de salud, en cada publicación aparece un nuevo tema.

- **Insólito.-** Hechos de carácter insólito, que por su rareza lleguen a interesar al lector.
- **Turismo.-** Cada semana se publicara un reportaje de lugares turísticos del Ecuador.
- **Q´Nota.-** Información del entretenimiento.
- **Deportes.-** Deportes relevantes, enfocados mayoritariamente al futbol internacional.
- **Personajes.-** Incluye el perfil de una persona destacada en ámbitos como la educación, arte, historia, que habite en Marcabelí.
- **Marcabelí.-** Información de interés para todo el cantón.

5.1.2 Páginas

EL ALTIPLANO, contendrá 20 páginas, incluyendo portada y contraportada, el espacio de las páginas que se destine a cada sección dependerá de la cantidad de información recopilada.

5.1.3 Número de columnas

Sin duda alguna, el dividir o fraccionar una página en columnas nos permite organizar de mejor manera la información, se manejara una variable de cuatro a cinco columnas por un número fijo de filas, que es de seis.

5.1.4 Tipografía

La tipografía utilizada será la siguiente:

- **Antetítulos.-** Para los antetítulos se utilizara el tipo de letra “Minion Pro” en mayúscula.
- **Titular.-** Se utilizara el tipo de letra “Impact”.
- **Subtítulos.-** Para los subtítulos se utilizara el tipo de letra “Britannic Bold”.

- **Texto.**- Para el cuerpo de la noticia, utilizaremos el tipo de letra "Times New Roman"
- **Pie de Foto.**- Al igual que los subtítulos, para el pie de foto también se utilizara el tipo de letra "Britannic Bold".
- **Tamaño de Letras.-** El tamaño para el cuerpo de la noticia será de 12, mientras que los títulos variaran dependiendo del espacio que estos ocupen, los antetítulos y subtítulos tendrán un tamaño de 14, y los pies de foto tendrán un tamaño 12.

5.1.5 Color

El color es muy importante dentro de diseño de medios impresos, ya que convierte un producto en llamativo o aburrido, por ende siempre es importante ubicar color en las primeras páginas de un periódico.

En nuestro caso, nosotros manejaremos la portada y contraportada a color, en la portada predominan el color rojo, blanco y negro, mientras que en la contraportada, el rojo, amarillo y blanco.

El Altiplano maneja su parte interna en blanco y negro para abaratar costos, pero manteniendo la calidad de las fotografías que aunque en blanco y negro aporten a la comprensión del mensaje.

5.1.6 Tamaño

El tamaño del semanario El Altiplano, está comprendido dentro del tamaño tabloide, con una medida de 31, 5 cm de alto por 28 cm de ancho.

5.2 Compilación de Material

5.2.1 Titular: Vía Marcabelí – La Bocana en etapa final

Noticia:

Los trabajos que viene ejecutando el gobierno provincial de El Oro, han generado malestar en los moradores del sitio la Palmerita, y la parroquia El Ingenio, debido a la constante obstaculización de la carretera, por las máquinas que desarrollan las tareas de mejoramiento.

Frente a este problema el Alcalde del Cantón, Jorge Carrión Mora, señaló que la obra concluirá a finales del 2013, aunque no le compete a la dirección municipal, ellos cumplen la función de ente regulador, y vigilantes para que los trabajos concluyan en el menor tiempo posible, además Carrión, manifestó que la obra está en etapa final.

En primera instancia los trabajos a realizarse en la vía eran los mismos que se ejecutaban cada año, lo que no beneficiaría a los marcabelenses, según el alcalde fue por gestión municipal que se logró la capa asfáltica, “Yo le pedí al prefecto, que sea carpeta asfáltica la que se ubique en esta vía, queremos una carretera de larga duración, que no se destruya con la llegada del invierno, como ha sucedido todos los años”, enfatizó Carrión Mora.

A finales del mes de octubre el contratista debe terminar los trabajos de adecuación en la base y sub-base, para que luego directamente la prefectura emprenda la labor de ubicación de la capa asfáltica en los 14km de longitud de la carretera.

Los constantes inconvenientes en la ejecución de la obra, se debieron a la falta de maquinaria por parte del contratista, “las obras se retrasan porque hay ingenieros que cogen los contratos y no cuentan con todo el equipo necesario” Manifestó el Alcalde.

De su parte el concejal Hugo Mario Apolo, quien preside la comisión de obras publica, dio a conocer que los trabajos registran un 70% de avance, Apolo dijo que no se descarta que la obra dure más de lo previsto.

Con el mejoramiento de esta carretera se beneficiaran los pobladores de la Palmerita, El Ingenio, El Roció, y El Rosal, obra que ha sido esperada más de 30 años, por parte de los habitantes de estos sectores.

El mejoramiento de la vialidad en toda la provincia fue uno de los ofrecimientos del actual prefecto Montgomery Sánchez Reyes, en época de campaña, y a menos de cinco meses de que termine el periodo para el cual fue electo, no se logra cristalizar el tan anhelado deseo de los marcabelenses de tener una vía de primera, que sirva para dinamizar la economía de toda la población.

Entrevistas a:

Jorge Carrión Alcalde de Marcabelí.

Hugo Mario Apolo: Concejal, Presidente de la comisión de obras públicas.

5.2.2 Titular: Se construirá plaza cívica detrás del mercado central

Noticia:

Un espacio que ha estado abandonado por años, y que ha sido utilizado para realizar la feria agropecuaria, será el escenario donde se construya la nueva plaza cívica para Marcabelí.

El lugar conocido como “terrero” es aprovechado por los jóvenes los fines de semana para practicar algún tipo de deporte, quienes también se benefician de este espacio son los comerciantes temporales, es el caso de los “Juegos Mecánicos”, que en estas fiestas están implantados en el lugar.

Según se dio a conocer desde la alcaldía, la fase de estudios y factibilidad ya está concluida, el siguiente paso es realizar el concurso para la contratación de quien ejecute la obra, a través del portal de compras públicas.

Con una inversión de 250.000 dólares, se prevé construir un escenario integro. El alcalde Jorge Carrión manifestó que, “con esta obra emblemática se busca despegar el parque central de quienes practican deporte todas las tardes, y reforzar la parte estética del cantón”

Aunque no hay una fecha establecida para iniciar la obra, el alcalde Jorge Carrión, señalo que una vez que se le adjudique al contratista, los trabajos empezaran de forma inmediata.

Entrevistas a:

Hugo Mario Apolo: Concejal, Presidente de la comisión de obras públicas.

Jorge Carrión, Alcalde de Marcabelí.

5.2.3 Titular: MAGAP y Municipio impulsan reactivación de la caficultura

Noticia:

Miles de hectáreas en el Ecuador son destinadas a la caficultura y a la producción de cacao. En la provincia de El Oro específicamente en Marcabelí el 70% de la economía depende de la producción de café.

Marcabelí es uno de los sectores con mayor cantidad de cultivos de café, actualmente los terrenos dedicados a esta actividad superan las 800 hectáreas, de las cuales un 95% fueron afectadas por el hongo conocido como “La Roya”, lo que perjudico a los productores con una reducción del 90% en última cosecha en todo el cantón.

Debido a este problema, la preocupación es eminente por parte de las autoridades locales, por tal razón el Alcalde Jorge Carrión, visitó el despacho del Ministro de Agricultura en la ciudad de Quito, y le expuso la situación de los caficultores del cantón.

El alcalde confirmó que ha recibido el respaldo de las autoridades de esta cartera de estado, tanto nacional como provincial, para emprender proyectos que ayuden a los caficultores a renovar sus plantaciones a corto plazo.

Dentro del plan de renovación de los cultivos de café, está la entrega de lechuguines y semillas, sin ningún costo, además del asesoramiento para el cuidado de las huertas cafetaleras.

Actualmente se están realizado los almácigos en la granja municipal, donde se producirán los lechuguines que se entregaran a los caficultores sin costo alguno, la entrega se efectuara mediante la asociación de pequeños cafetaleros, APECAM.

Para las personas que no tienen acceso de vehículos a sus huertas, se les entregara las semillas, para que realicen los almácigos, con la asistencia técnica de personal del municipio y el MAGAP.

Los caficultores han recibido positivamente esta noticia, según Victoriano Bravo, quien lleva más de 35 años dedicado a esta actividad, los incentivos y recursos que está invirtiendo tanto del gobierno nacional, como el municipio, son de vital importancia para no dejar que se pierda una de las actividades que ha sido sustento de los hogares marcabelenses por décadas.

Con la nueva semilla importada desde Brasil, se prevé que cada hectárea llegue a producir 30 quintales de café.

Entrevistas a:

Jorge Carrión Alcalde de Marcabelí.

Victoriano Bravo Galarza, propietario de finca “La Palmerita”, productora de café.

5.2.4 Titular: Marcabelí Espera recibir 3.000 turistas en fiestas septembrinas

Noticia:

Marcabelí al estar ubicado en la parte alta de la provincia de El Oro, específicamente a 540 metros sobre el nivel del mar, es beneficiado por un clima único y excepcional, la temperatura oscila entre los 20 y 26 grados centígrados.

Varios son los lugares turísticos que existen en Marcabelí, entre los más concurridos podemos anotar los siguientes; El rio Puyango, Las minas de feldespato, las aguas termales, la chorrera, el dorado, 24 rio sport, aparte de visitar estos lugares también se puede disfrutar de la variada gastronomía, que se oferta en los restaurantes del centro cantonal.

La ubicación geográfica de Marcabelí, lo convierten en un lugar preferido por varias personas, no solamente por la belleza natural, sino también por la calidez humana de las y los marcabelenses.

Los sectores de atracción turística no están distantes del centro poblado, a tan solo 15 minutos en auto, usted ya puede disfrutar de la belleza que le ofrece el balneario natural, “La Chorrera”

Entrevistas a:

Jorge Carrión Alcalde de Marcabelí.

5.2.5 Titular: Se reanuda construcción de parque lineal en la 24 de Junio

Noticia:

La obra ha estado paralizada por más de seis meses, debido a la falta de recursos, lo que ha generado inconformidad en los moradores de la ciudadela 24 de Junio.

Según dio a conocer el primer personero municipal, Jorge Carrión, ya se firmó el contrato para la reanudación de los trabajos, en el parque lineal de la ciudadela 24 de Junio, obra que estaba abandonada a la intemperie. El representante del cabildo municipal, manifestó que la obra se detuvo por cuestiones económicas.

Debido a las fuertes críticas hacia la actual administración municipal, que a decir del Alcalde, provienen de adversarios políticos, se tuvo que acelerar las gestiones y priorizar la culminación del parque lineal.

La etapa final de la obra costara 40.000 dólares y estará a cargo del ingeniero contratista Alejandro Cueva, quien ganó el concurso en el portal de compras públicas, los trabajos por parte del contratista iniciaran de manera inmediata.

El alcalde además informo, que esta no es la única obra que se está realizando en la mencionada ciudadela, "ya se ha cumplido con el embaulado de la subida al sector conocido como <<Los Tanques>>, para evitar estragos en el invierno, una obra valorada en más de 100.000 dólares".

La construcción del parque lineal en la "24 de Junio", a la altura de la "Unidad Educativa Marcabelí" está comprendida dentro de la creación y remodelación de parques en toda la parte urbana del "Edén de los Andes".

Muchos pensaran que la reanudación de esta obra es con fines netamente políticos, pero no es así, las obras se hacen cuando existen los recursos, y se pueden hacer. Expreso la máxima autoridad municipal.

Entrevistas a:

Hugo Mario Apolo: Concejal, Presidente de la comisión de obras públicas.

Jorge Carrión Alcalde de Marcabelí.

5.2.6 Titular: Jorge Carrión: "No pensamos en la reelección, sino en hacer obras"

Noticia:

En las próximas elecciones en Marcabelí, se elegirá Alcalde y cinco concejales, de los cuales cuatro serán urbanos y uno representara a la parroquia rural El Ingenio.

De su lado el actual Alcalde Jorge Carrión, manifestó que no ha pensado aun en la reelección, "esa es una decisión de las bases, no me voy a auto candidatizar, si el pueblo lo pide ahí estaré", Señaló.

Añadió que existen obras que no se han podido hacer, "el coliseo de deportes, el nuevo parque de la madre, la remodelación del mercado y del parque central", es esto lo que le motiva a pensar en una posible reelección, pero enfatizó que su prioridad son las obras, que debe realizar, "la reelección no me quita el sueño", finalizó.

De aceptar la reelección, Carrión dijo estar dispuesto a ir a elecciones primarias, con el representante de Alianza País, debido a la alianza que mantiene el movimiento autónomo regional (MAR), con el oficialismo.

Los candidatos

Junto al actual alcalde, varios nombres han sido mencionados como candidatos a esta dignidad, hasta el momento se conoce que el movimiento político CREO y Pachakutik, tendrán su representante en los comicios seccionales del 23 de febrero en Marcabelí, Los candidatos tradicionalmente conocidos, como Galo Valarezo y Efrén Calozuma, no han emitido pronunciamiento alguno, si terciaran o no por la alcaldía. Extraoficialmente se conoce que el movimiento SUMA, también terciara por las elecciones seccionales en el Marcabelí.

Entrevistas a:

Jorge Carrión Alcalde de Marcabelí.

5.2.7 Titular: Julio Mogrovejo: Un ilustre Marcabelense

Noticia:

n 1963, Julio César Mogrovejo llego por primera vez a Marcabelí, nunca pensó que en aquella excursión conocería el lugar donde actualmente vive.

Aún recuerda ese año cuando junto a un grupo de amigos; Tito Armijos, Segundo Córdova, entre otros, conoció el “Edén de los Andes”.

Con apenas 20 años de edad, decidió radicarse en Marcabelí, aún tiene presente el 4 de mayo de 1970, cuando arribo de forma definitiva, para formar parte del equipo de docentes de la primera escuela del Cantón, la “Febres Cordero”.

Con nostalgia nos cuenta como era el edén de los andes en aquella época, “Marcabelí en ese entonces era más pintoresco, a pesar de ser parroquia, las fiestas eran muy buenas, la gente era más unida, las casas de dos pisos eran pocas, la mayoría de construcciones se levantaban con madera y teja, casi todos trabajaban en los cultivos de café, y procesando palma real.” Así es como describe Julio al Marcabelí que lo recibió por segunda y definitiva vez.

El “profe Julio” como le conocen sus alumnos, ha estado presente en todos los acontecimientos de trascendental importancia para el cantón, no se puede hablar de la historia de Marcabelí, sin mencionar el nombre de Julio César Mogrovejo, autor del proyecto de cantonización, impulsador del primer medio de comunicación escrito, realizador del manual “Conozcamos Marcabelí”, que mediante una forma didáctica nos ayuda a descubrir y aprender la historia de nuestra tierra.

Julio viene de un hogar basado en los valores como principio de vida, define a sus padres como muy rectos, la rectitud con la cual lo educaron sus padres es lo que le ayudo a conseguir sus objetivos en la vida.

Actualmente está tramitando su jubilación, lleva 42 años como docente en la escuela “Febres Cordero”, donde según sus cálculos ha logrado educar a 2.000 alumnos.

Una vez que deje la docencia ejercerá la abogacía, carrera que está culminando junto a la maestría en gerencia educativa, de las cuales ya se encuentra realizando los trabajos finales de tesis.

Son pocos los que conocen todo lo gestionado por Julio Mogrovejo, para lograr la cantonización. Es oportuno hacer un llamado a las autoridades, a no olvidarnos de quienes a costa de su tiempo y de su propio esfuerzo escribieron las primeras letras de la historia de nuestro pueblo.

Recordando aquella época de la escuela “Febres Cordero”, nos despedimos de Julio Mogrovejo, el esposo, el padre, el amigo, el docente ejemplar, que merece pasar a la historia como un ilustre marcabelense.

Entrevistas a:

Julio Mogrovejo: autor del proyecto de cantonización de Marcabelí.

5.3 Diseño y diagramación de El Altiplano

Existe una gran cantidad de software que podemos utilizar al momento de diseñar un medio impreso.

Entre los más utilizados están dos programas de la familia Adobe, que son: Adobe InDesign y Adobe Illustrator, estos programas son utilizados constantemente por su versatilidad para funcionar en cualquier sistema operativo.

5.3.1 Adobe Illustrator

Adobe Illustrator (AI) es uno de los programas más famosos de la casa Adobe, tiene como función principal la creación y manipulación vectorial en forma de taller de arte que trabaja sobre una mesa u hojas de trabajo. Está destinado a la creación artística de dibujo y pintura para.

Contiene herramientas sencillas y una gran versatilidad para producir rápidamente gráficos flexibles cuyos usos se dan en impresión, vídeo, publicación en la Web y dispositivos móviles. Las trabajos que se pueden logran con este programa son realmente espectaculares, y es por esta razón que se ha convertido en un programa de reconocido a nivel mundial, aunque en sus inicios solo servía para ejecutarse con el sistema operativo Macintosh y su manejo no resultaba muy intuitivo para las personas con muy poco trasfondo en manejo de herramientas tan avanzadas.

5.3.2 Adobe InDesign

Adobe InDesign (ID) es un programa, o aplicación mediante la cual podemos realizar la composición digital de páginas, de libros, textos, periódicos, revistas, folletos. Presentada en 1999, y estaba dirigida principalmente a diseñadores profesionales pero su sencillez para manejarlo ha hecho que muchos puedan utilizarlo sin la necesidad de tener un tutorial al lado. Con este programa es posible realizar el diseño y producción de maquetaciones de página de una manera profesional.

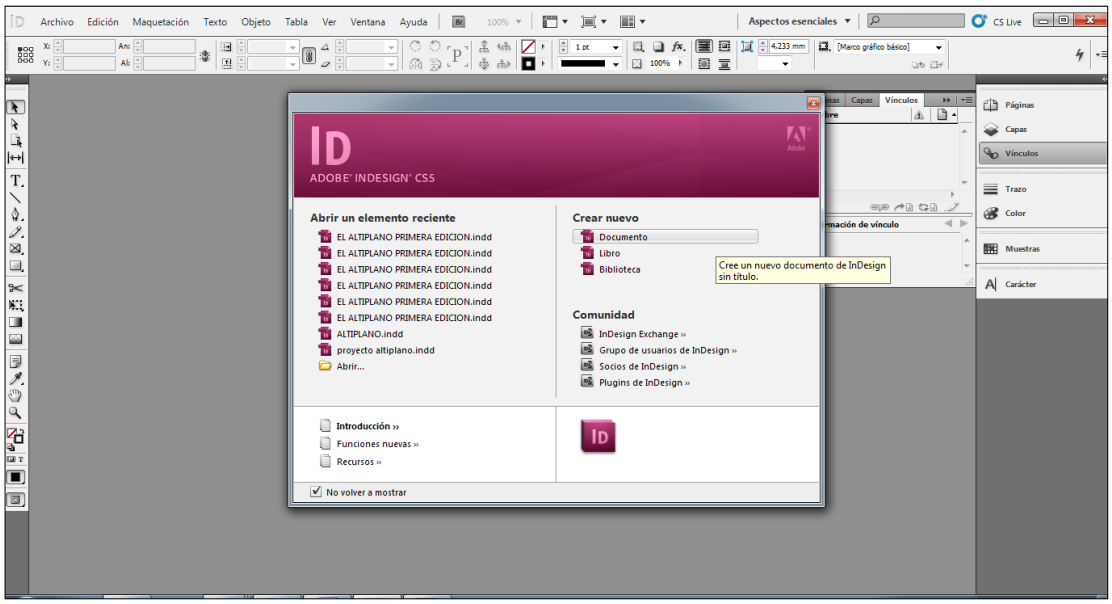
Entre los principales productos que podemos elaborar en InDesign, citaremos los siguientes.

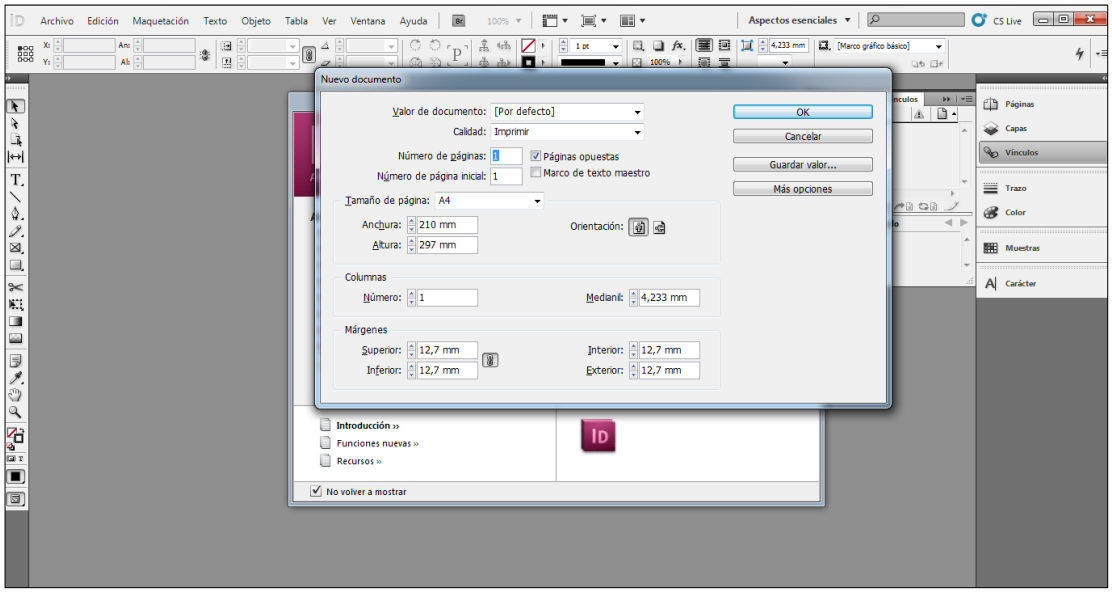
- Libros
- Revistas
- Folletos
- Periódicos
- Boletines
- Ebook's

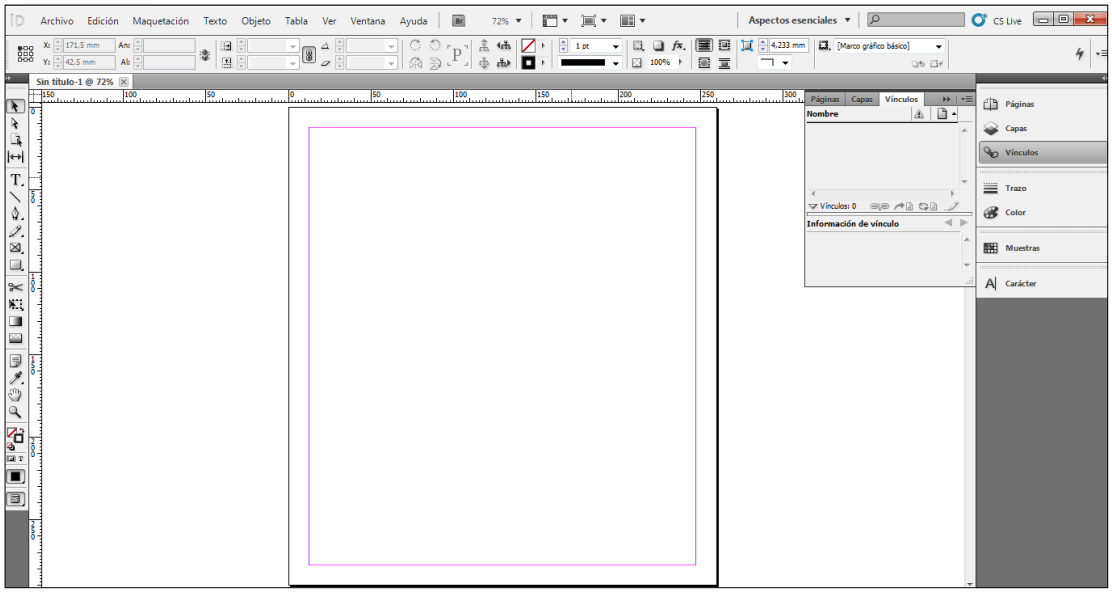
Debido a la gran cantidad de opciones que nos oferta InDesing hemos decidido elaborar todo el proceso de diagramación de nuestro periódico mediante este programa.

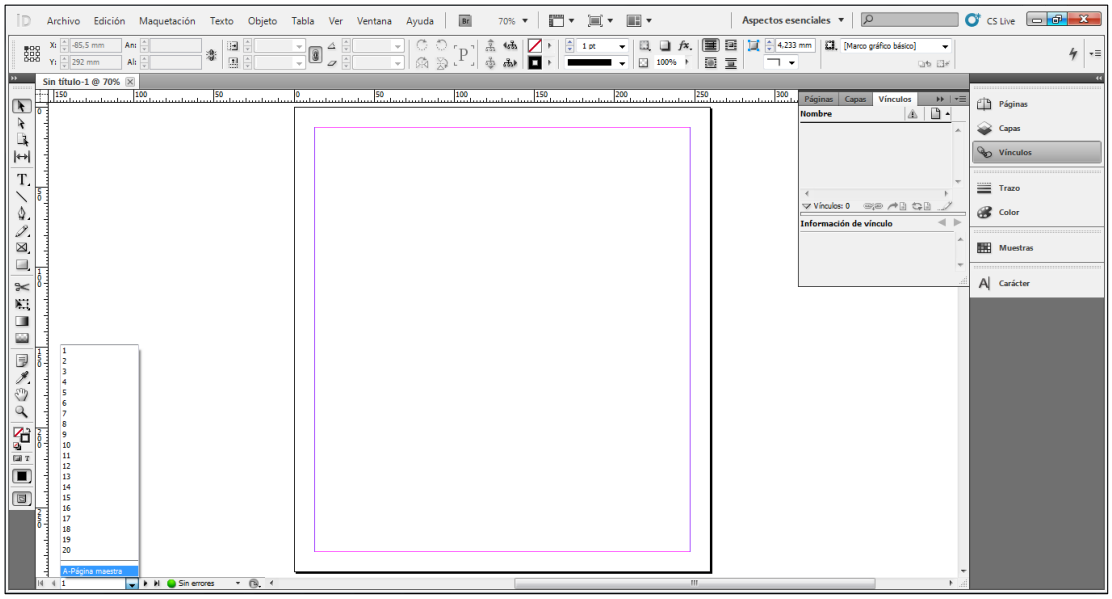
5.3.3 Proceso de diagramación de EL ALTIPLANO

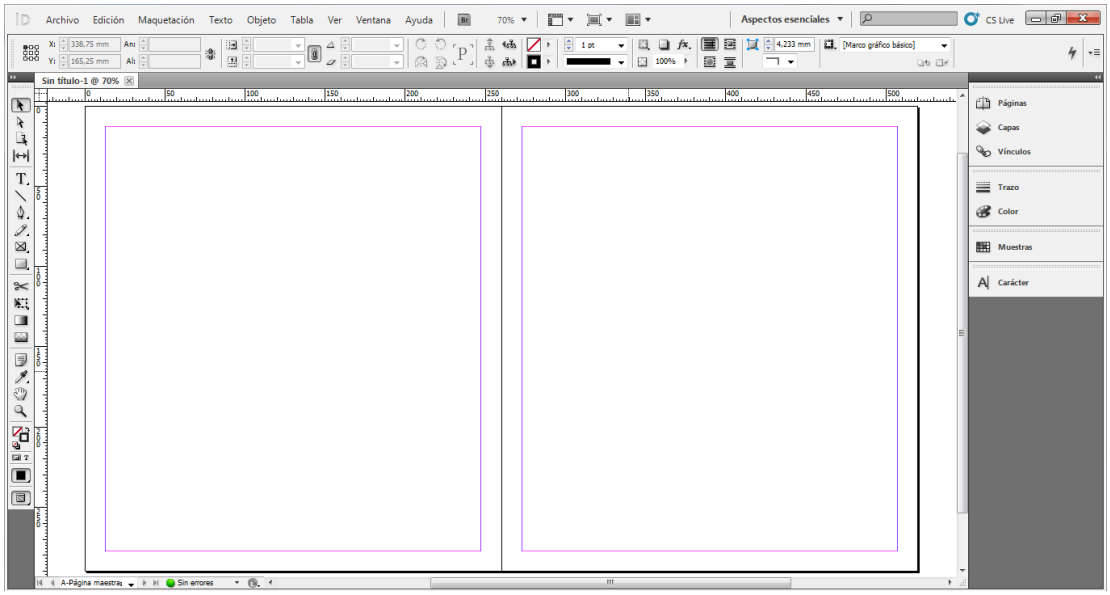
Mediante una secuencia de imágenes mostraremos el proceso de diagramación de nuestro periódico, utilizando el programa Adobe InDesign.

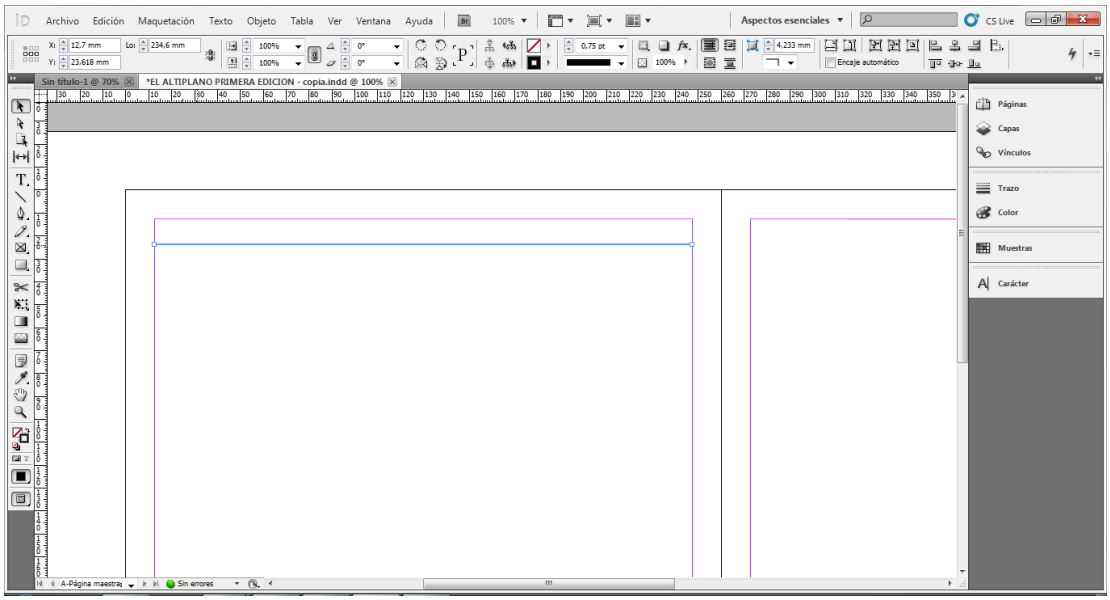


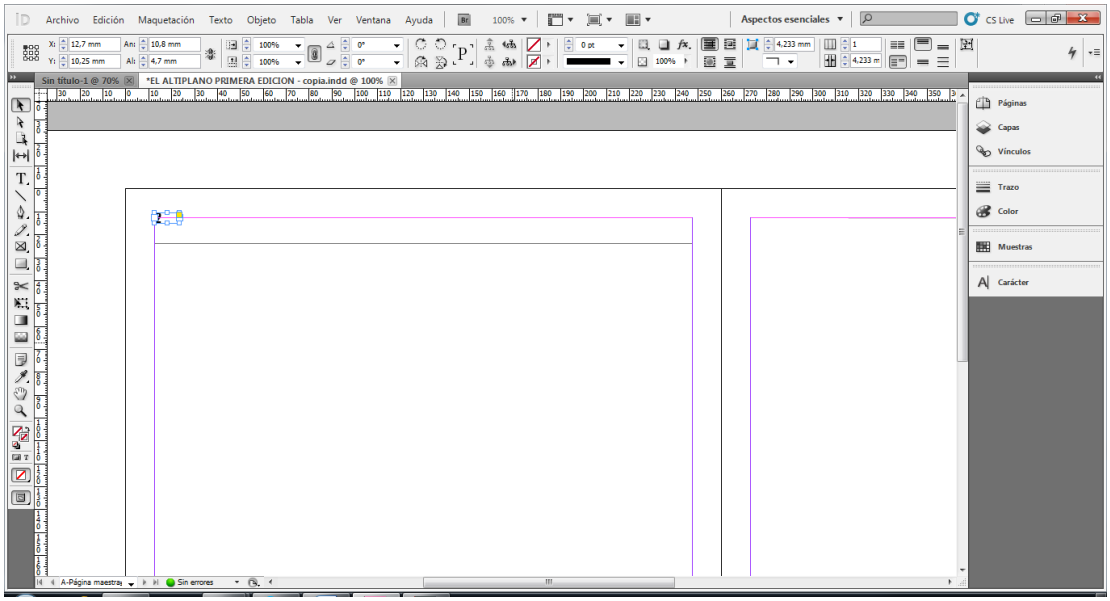


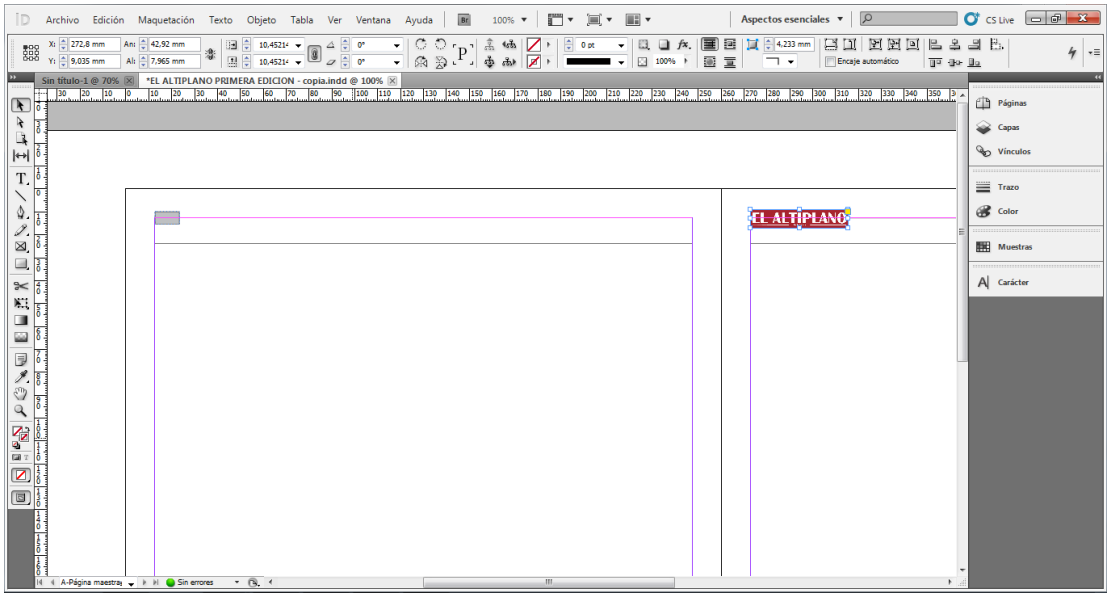

Archivo Edición Maquetación Texto Objeto Tabla Ver Ventana Ayuda
Aspectos esenciales
CS Live
Sin título-1 @ 72%
Páginas
Capas
Vínculos
Nombre
Vínculos: 0
Información de vínculo
Trazo
Color
Muestras
Carácter

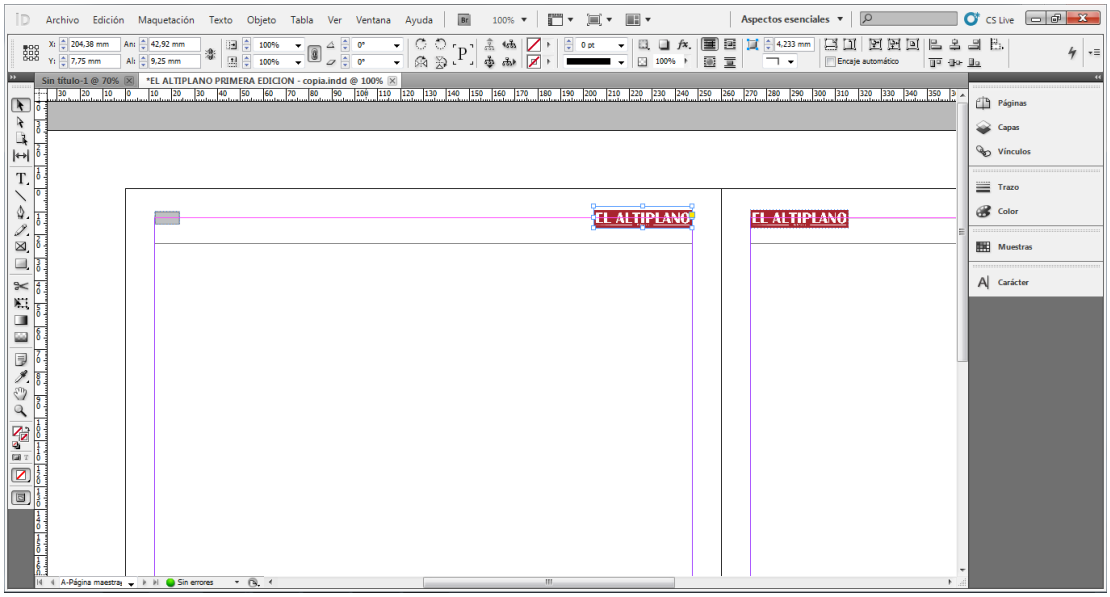

Archivo Edición Maquetación Texto Objeto Tabla Ver Ventana Ayuda
Aspectos esenciales
CS Live
Sin título-1 @ 70%
Páginas
Capas
Vínculos
Nombre
Vínculos: 0
Información de vínculo
Trazo
Color
Muestras
Carácter
A-Página maestra
Sin errores

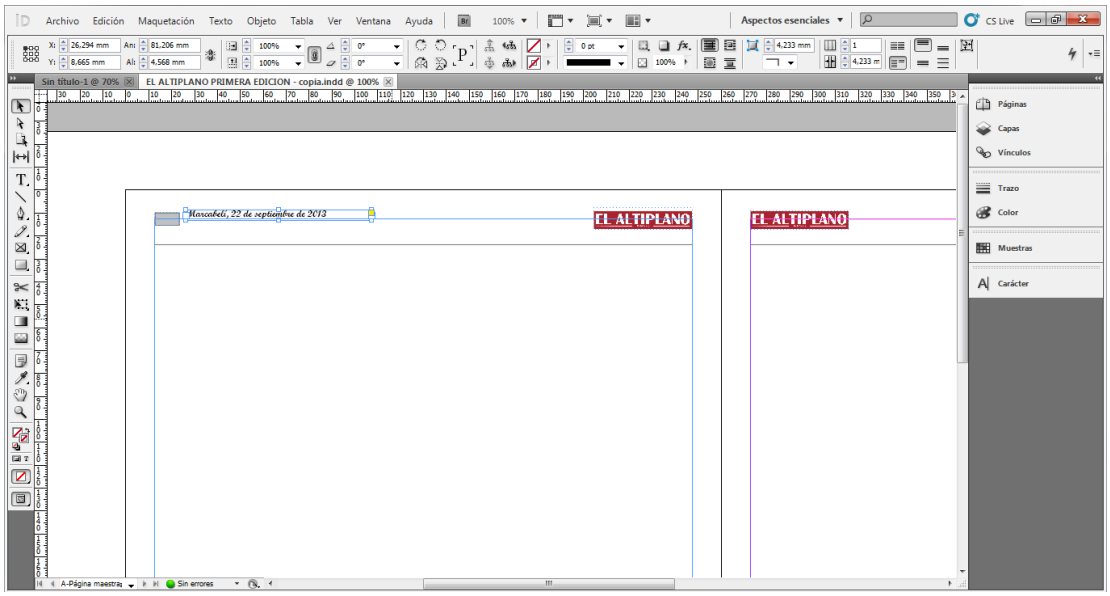

Archivo Edición Maquetación Texto Objeto Tabla Ver Ventana Ayuda
Aspectos esenciales
CS Live
Sin título-1 @ 70%
Páginas
Capas
Vínculos
Trazo
Color
Muestras
Carácter

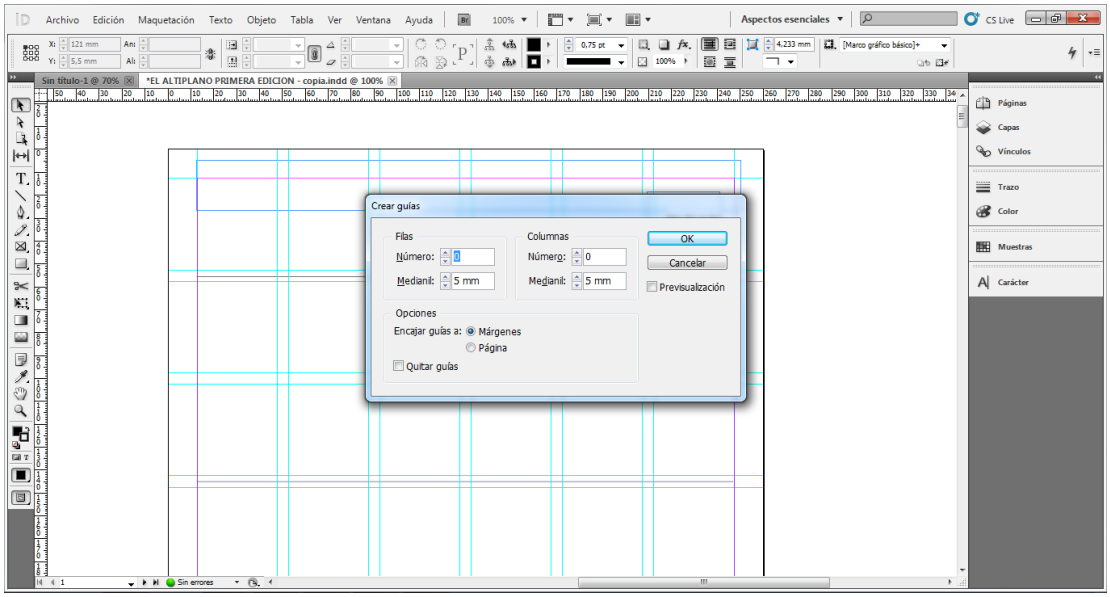

Archivo Edición Maquetación Texto Objeto Tabla Ver Ventana Ayuda
Aspectos esenciales
CS Live
Sin título-1 @ 70%
*EL ALTIPLANO PRIMERA EDICION - copia.indd @ 100%
Páginas
Capas
Vínculos
Trazo
Color
Muestras
Carácter

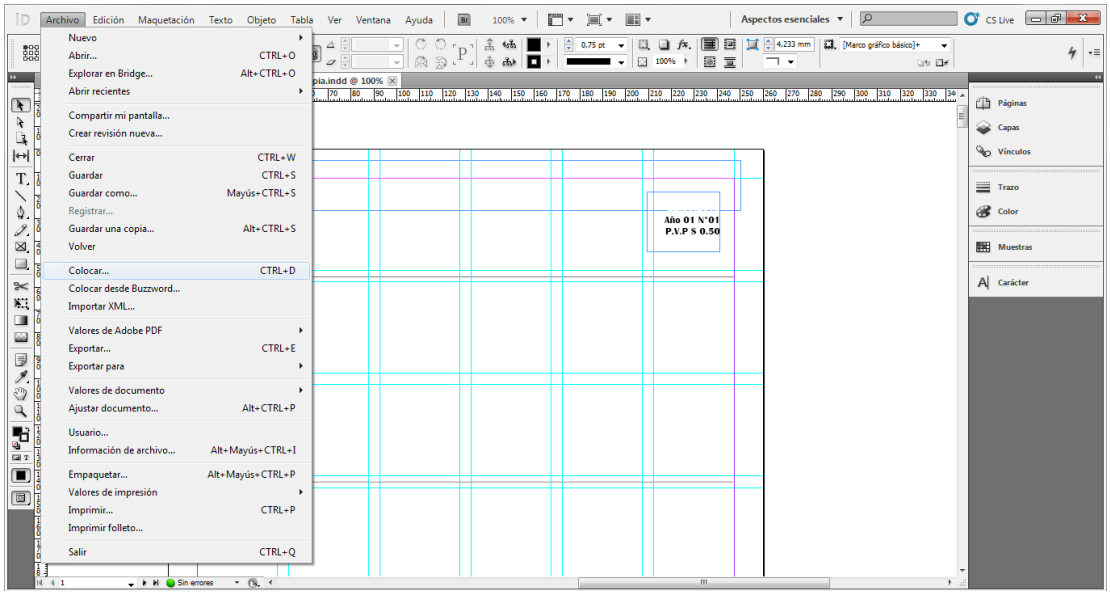

Archivo Edición Maquetación Texto Objeto Tabla Ver Ventana Ayuda
Aspectos esenciales
CS Live
Sin título-1 @ 70%
*EL ALTIPLANO PRIMERA EDICION - copia.indd @ 100%
Páginas
Capas
Vínculos
Trazo
Color
Muestras
Carácter

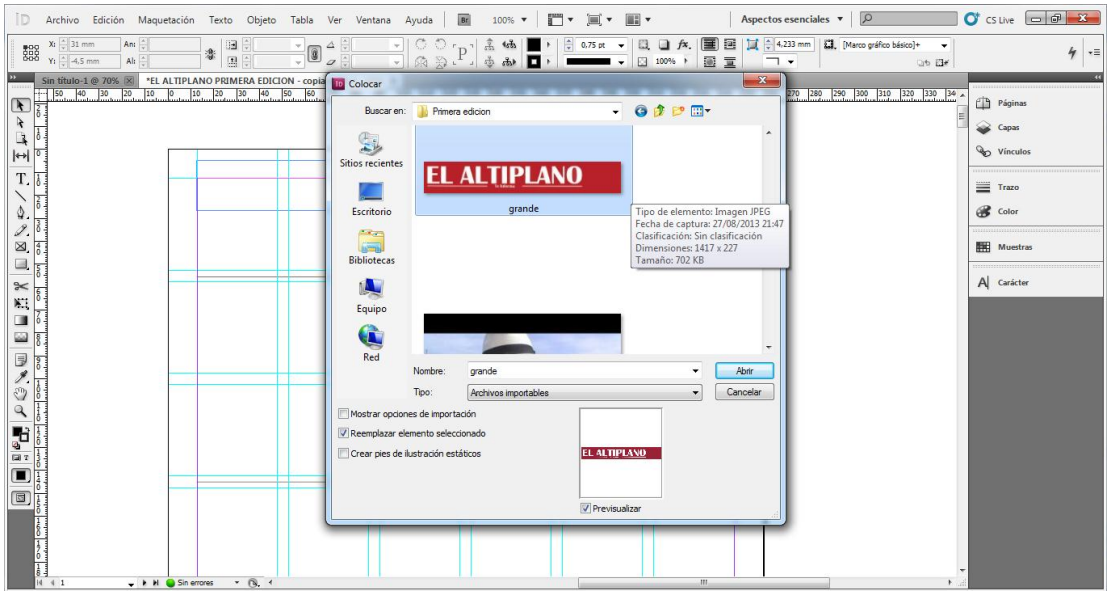

Archivo Edición Maquetación Texto Objeto Tabla Ver Ventana Ayuda
Aspectos esenciales
CS Live
Sin título-1 @ 70%
*EL ALTIPLANO PRIMERA EDICION - copia.indd @ 100%
EL ALTIPLANO
Páginas
Capas
Vínculos
Trazo
Color
Muestras
Carácter

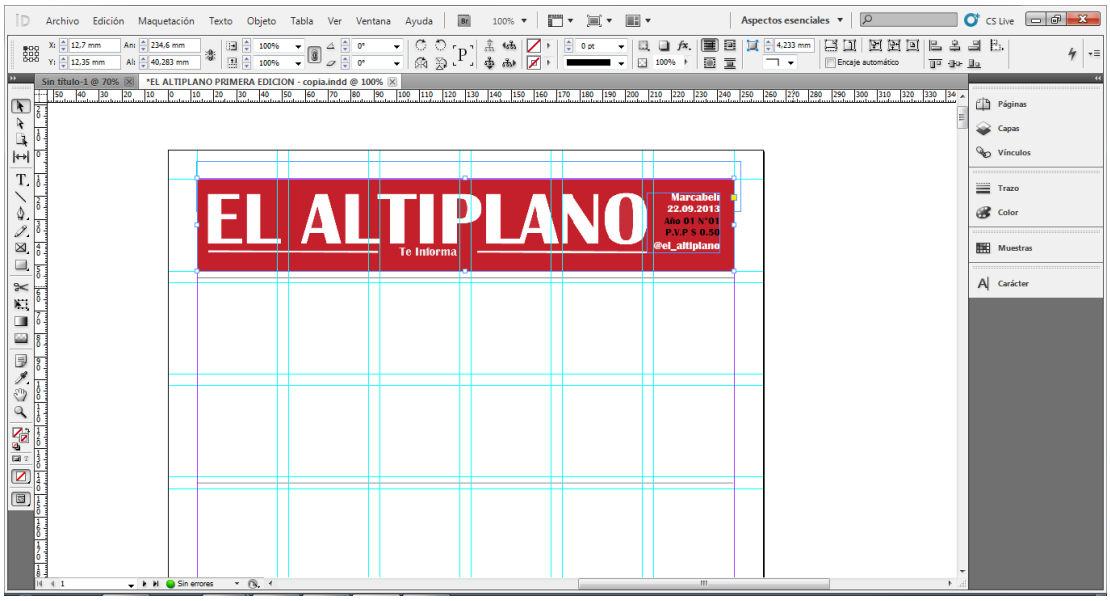

Archivo Edición Maquetación Texto Objeto Tabla Ver Ventana Ayuda
Aspectos esenciales
Sin título-1 @ 70%
*EL ALTIPLANO PRIMERA EDICION - copia.indd @ 100%
Páginas
Capas
Vínculos
Trazo
Color
Muestras
Carácter
EL ALTIPLANO
EL ALTIPLANO

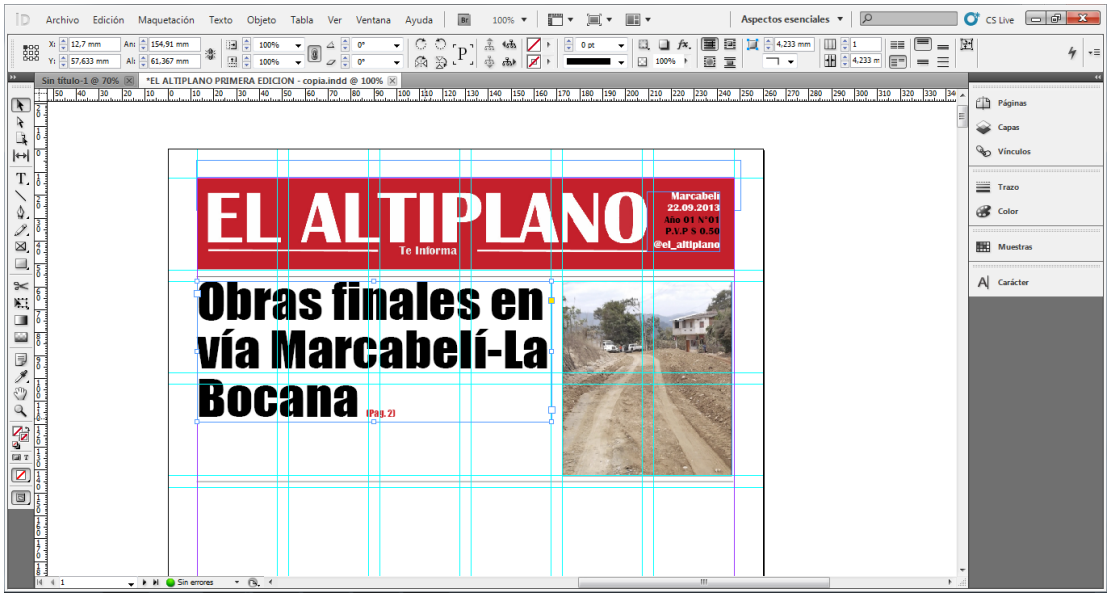

Archivo Edición Maquetación Texto Objeto Tabla Ver Ventana Ayuda
Aspectos esenciales
Sin título-1 @ 70%
EL ALTIPLANO PRIMERA EDICION - copia.indd @ 100%
Páginas
Capas
Vínculos
Trazo
Color
Muestras
Carácter
Marcabelí, 22 de septiembre de 2013
EL ALTIPLANO
EL ALTIPLANO

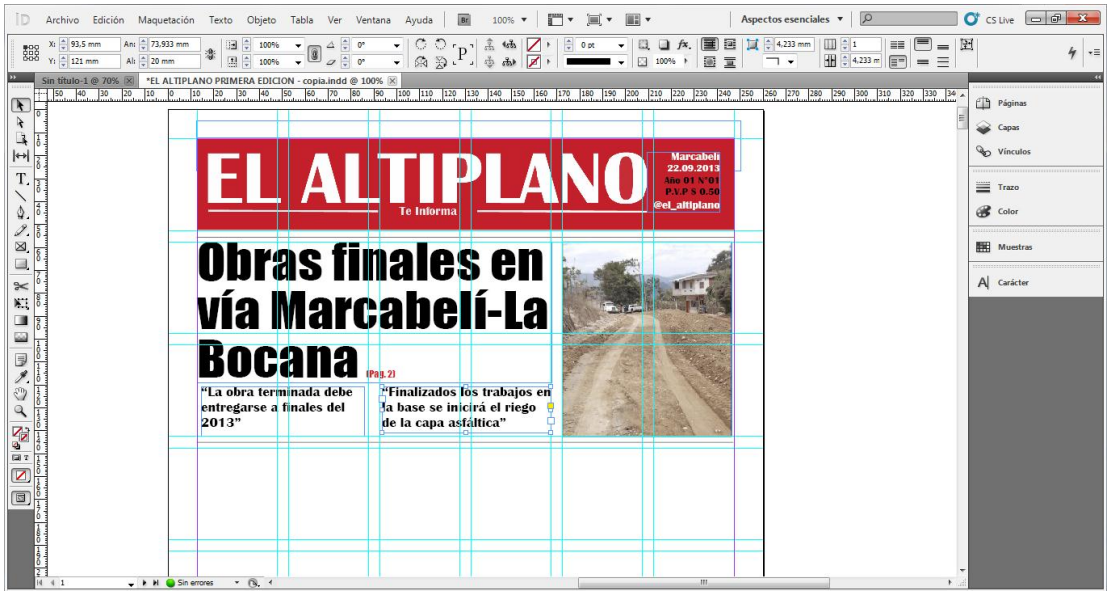

Archivo Edición Maquetación Texto Objeto Tabla Ver Ventana Ayuda
Aspectos esenciales
Crear guías
Filas
Número: 0
Medianil: 5 mm
Columnas
Número: 0
Medianil: 5 mm
OK
Cancelar
Previsualización
Opciones
Encajar guías a: Márgenes
Página
Quitar guías
Páginas
Capas
Vínculos
Trazo
Color
Muestras
Carácter

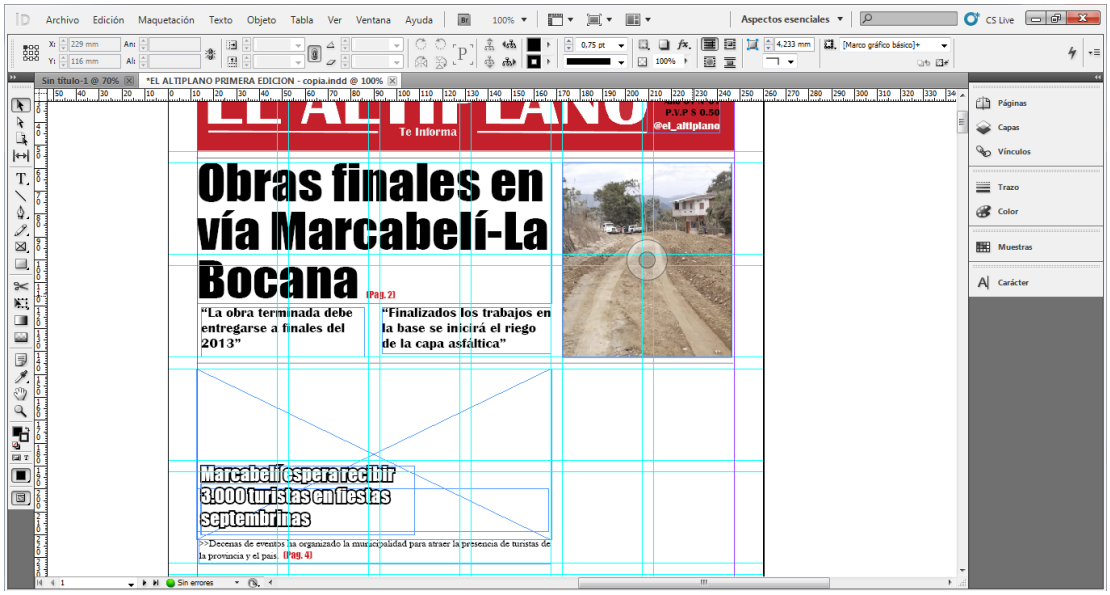

Archivo Edición Maquetación Texto Objeto Tabla Ver Ventana Ayuda
Nuevo
Abrir... CTRL+O
Explorar en Bridge... Alt+CTRL+O
Abrir recientes
Compartir mi pantalla...
Crear revisión nueva...
Cerrar CTRL+W
Guardar CTRL+S
Guardar como... Mayús+CTRL+S
Registrar...
Guardar una copia... Alt+CTRL+S
Volver
Colocar... CTRL+D
Colocar desde Buzzword...
Importar XML...
Valores de Adobe PDF
Exportar... CTRL+E
Exportar para
Valores de documento
Ajustar documento... Alt+CTRL+P
Usuario...
Información de archivo... Alt+Mayús+CTRL+I
Empaquetar... Alt+Mayús+CTRL+P
Valores de impresión
Imprimir... CTRL+P
Imprimir folleto...
Salir CTRL+Q
Año 01 N°01
P.V.P S 0.50

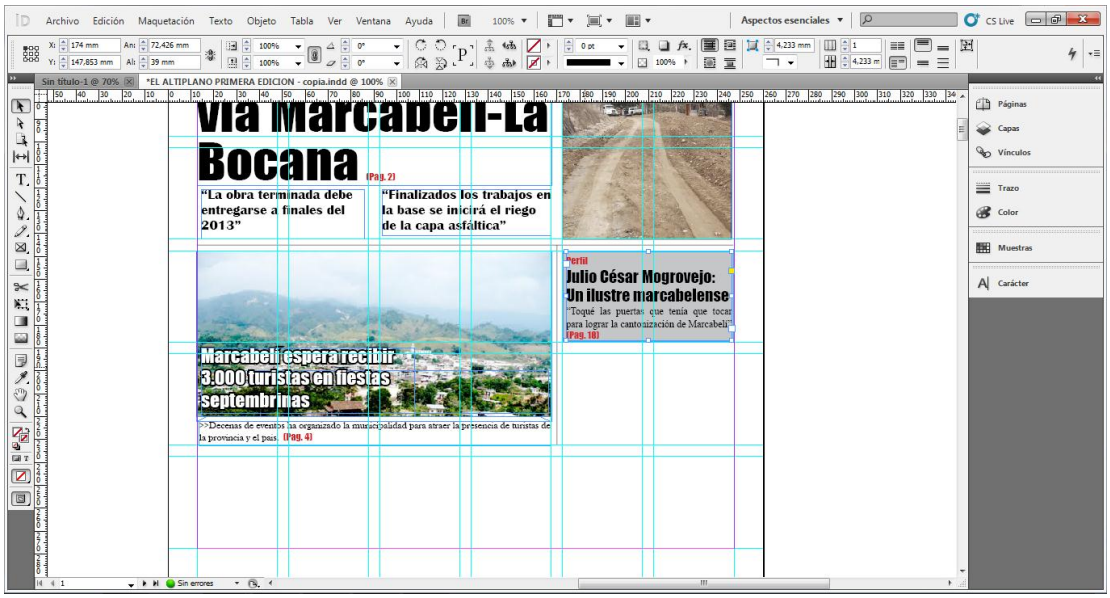

Colocar
Buscar en:
Primera edicion
Sitios recientes
Escritorio
Bibliotecas
Equipo
Red
EL ALTIPLANO
grande
Tipo de elemento: Imagen JPEG
Fecha de captura: 27/08/2013 21:47
Clasificación: Sin clasificación
Dimensiones: 1417 x 227
Tamaño: 702 KB
Nombre:
grande
Tipo:
Archivos importables
Abrir
Cancelar
Mostrar opciones de importación
Reemplazar elemento seleccionado
Crear pies de ilustración estáticos
Previsualizar

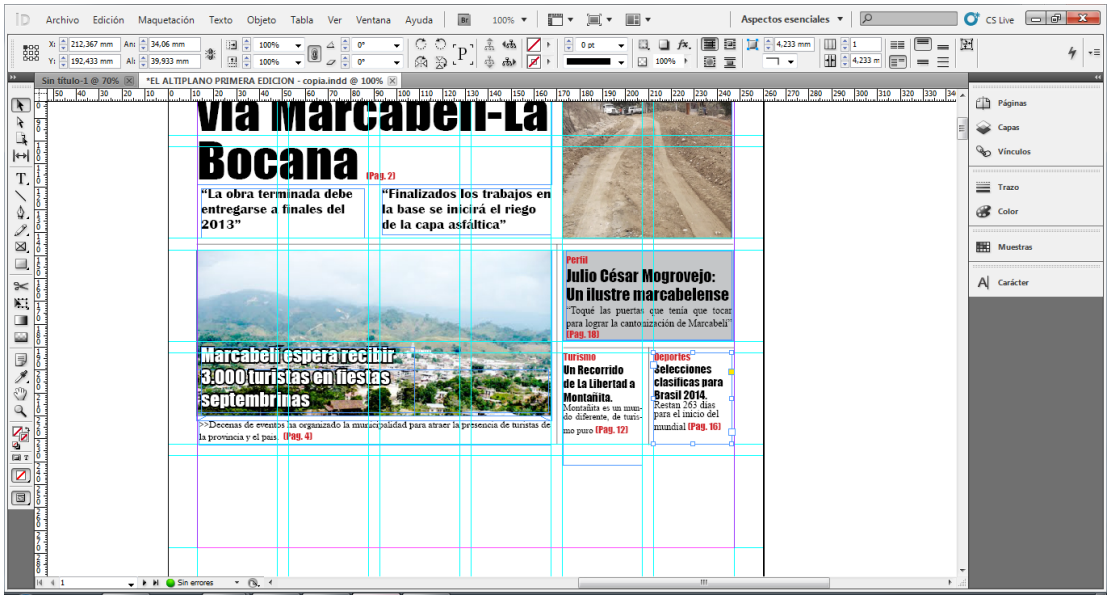

EL ALTIPLANO
Te Informa
Marcabeli
22.09.2013
Año 01 N°01
P.V.P $ 0.50
@el_altiplano

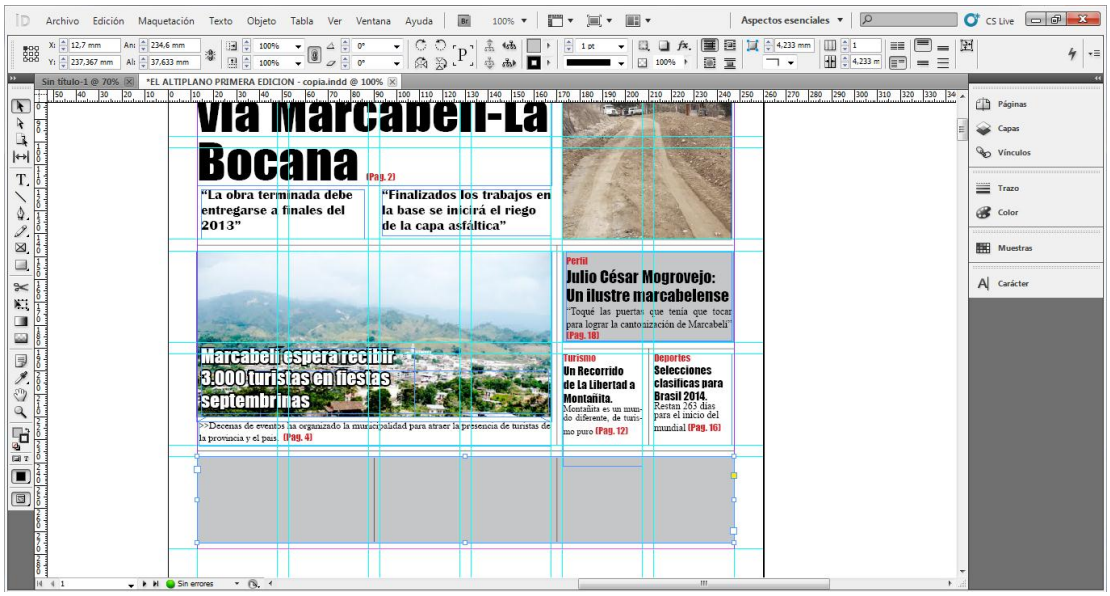

EL ALTIPLANO
Te Informa
Marcabelí
22.09.2013
Año 01 N°01
P.V.P $ 0.50
@el_altiplano
Obras finales en vía Marcabelí-La Bocana
(Pág. 2)


EL ALTIPLANO
Te Informa
Marcabelí
22.09.2013
Año 01 N°01
P.V.P $ 0.50
@el_altiplano
Obras finales en vía Marcabelí-La Bocana
(Pág. 2)
"La obra terminada debe entregarse a finales del 2013"
"Finalizados los trabajos en la base se iniciará el riego de la capa asfáltica"

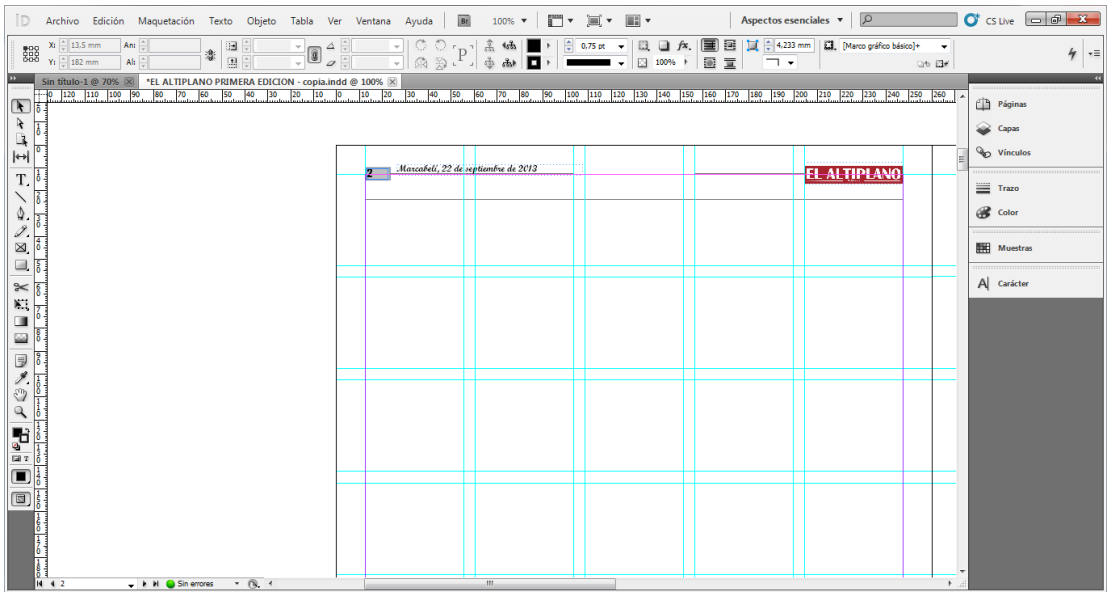

Archivo Edición Maquetación Texto Objeto Tabla Ver Ventana Ayuda
Aspectos esenciales
CS Live
Sin título-1 @ 70%
*EL ALTIPLANO PRIMERA EDICION - copia.indd @ 100%
Te Informa
P.V.P S 0.50
@el_altiplano
Obras finales en vía Marcabelí-La Bocana
(Pag. 2)
"La obra terminada debe entregarse a finales del 2013"
"Finalizados los trabajos en la base se iniciará el riego de la capa asfáltica"
Marcabelí espera recibir 3.000 turistas en fiestas septembrinas
>>Decenas de eventos ha organizado la municipalidad para atraer la presencia de turistas de la provincia y el país. (Pag. 4)
Páginas
Capas
Vínculos
Trazo
Color
Muestras
Carácter

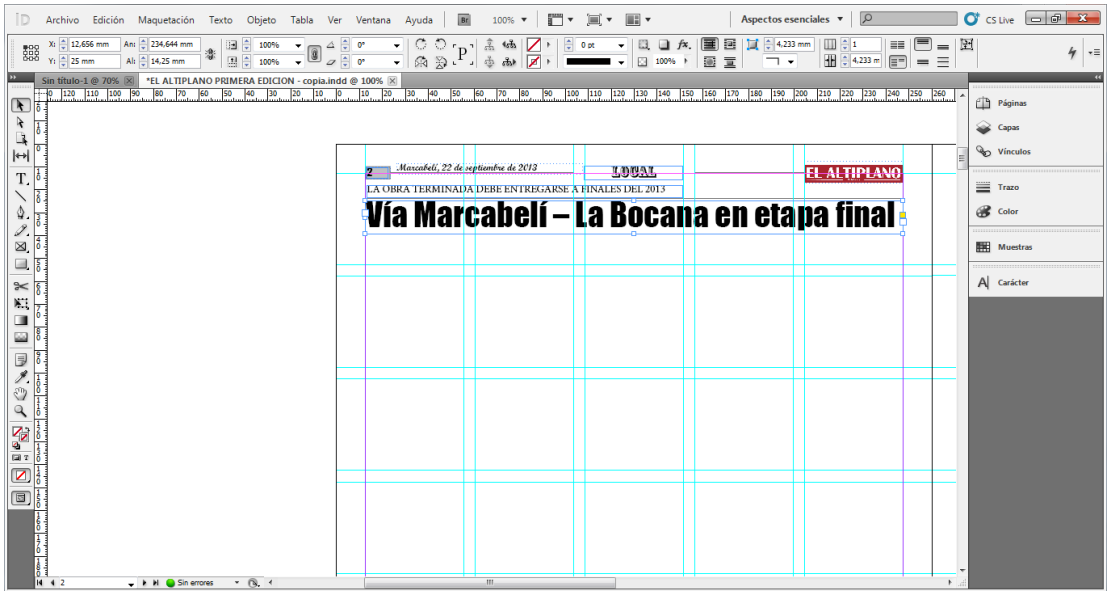

Archivo Edición Maquetación Texto Objeto Tabla Ver Ventana Ayuda
Aspectos esenciales
CS Live
Sin título-1 @ 70%
*EL ALTIPLANO PRIMERA EDICION - copia.indd @ 100%
Bocana
(Pag. 2)
"La obra terminada debe entregarse a finales del 2013"
"Finalizados los trabajos en la base se iniciará el riego de la capa asfáltica"
Perfil
Julio César Mogrovejo: Un ilustre marcabelense
"Toqué las puertas que tenía que tocar para lograr la cantonización de Marcabelí"
(Pag. 18)
Marcabelí espera recibir 3.000 turistas en fiestas septembrinas
>>Decenas de eventos ha organizado la municipalidad para atraer la presencia de turistas de la provincia y el país. (Pag. 4)
Páginas
Capas
Vínculos
Trazo
Color
Muestras
Carácter

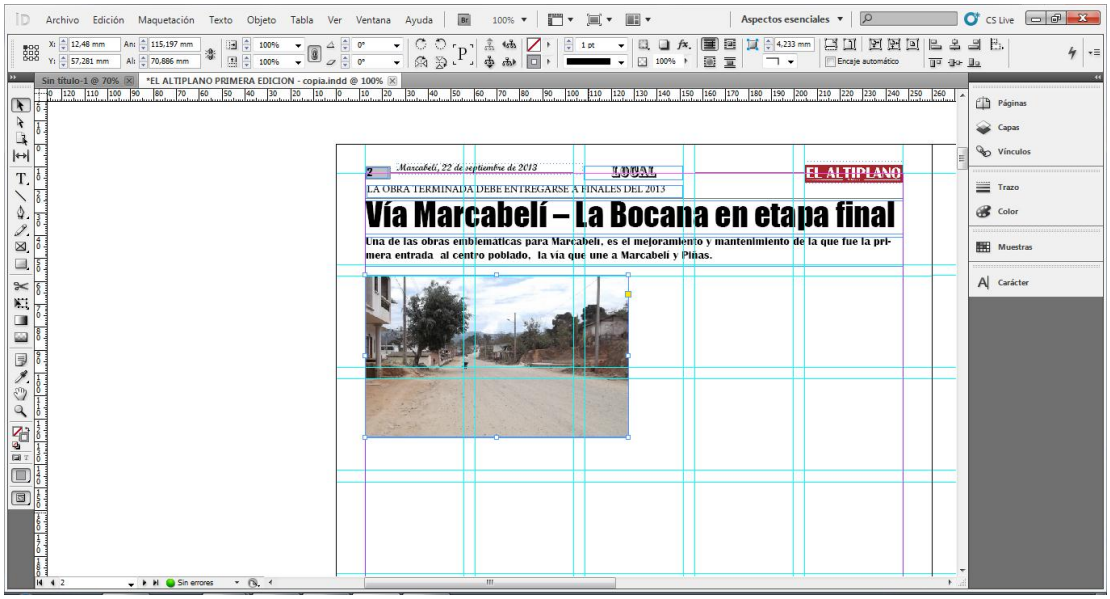

Archivo Edición Maquetación Texto Objeto Tabla Ver Ventana Ayuda
Aspectos esenciales
CS Live
Sin título-1 @ 70%
*EL ALTIPLANO PRIMERA EDICION - copia.indd @ 100%
Vía Marcabelí-La Bocana
(Pag. 2)
"La obra terminada debe entregarse a finales del 2013"
"Finalizados los trabajos en la base se iniciará el riego de la capa asfáltica"
Marcabelí espera recibir 3.000 turistas en fiestas septembrinas
>>Decenas de eventos ha organizado la municipalidad para atraer la presencia de turistas de la provincia y el país. (Pag. 4)
Perfil
Julio César Mogrovejo: Un ilustre marcabelense
"Toqué las puertas que tenía que tocar para lograr la cantonización de Marcabelí" (Pag. 18)
Turismo
Un Recorrido de La Libertad a Montañita.
Montañita es un mundo diferente, de turismo puro (Pag. 12)
Deportes
Selecciones clasifican para Brasil 2014.
Restan 263 días para el inicio del mundial (Pag. 16)
Páginas
Capas
Vínculos
Trazo
Color
Muestras
Carácter
Sin errores

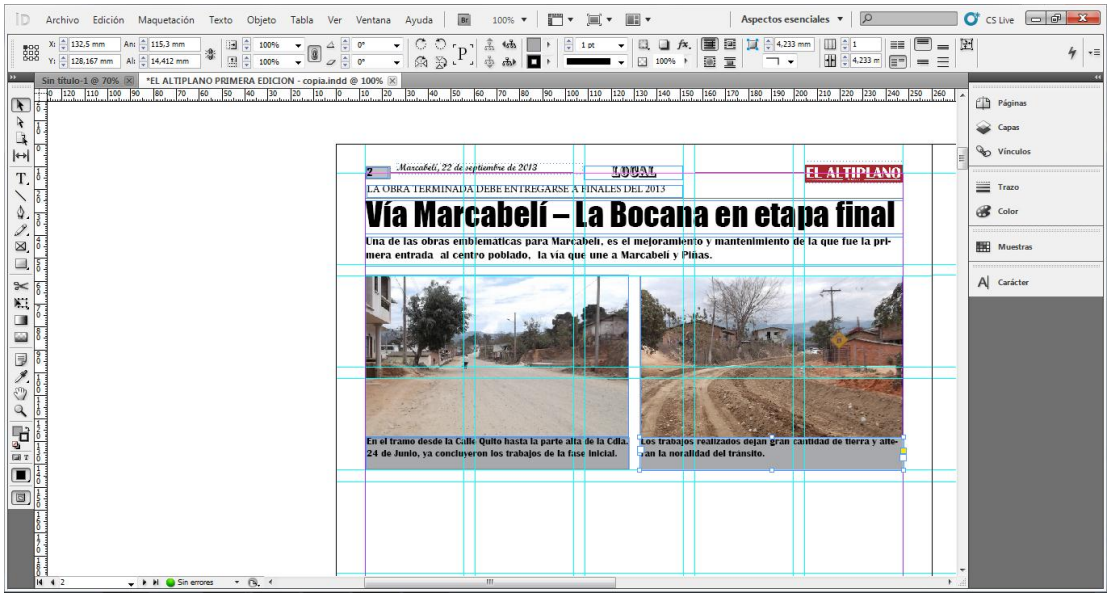

Archivo Edición Maquetación Texto Objeto Tabla Ver Ventana Ayuda
Aspectos esenciales
CS Live
Sin título-1 @ 70%
*EL ALTIPLANO PRIMERA EDICION - copia.indd @ 100%
Vía Marcabelí-La Bocana
(Pag. 2)
"La obra terminada debe entregarse a finales del 2013"
"Finalizados los trabajos en la base se iniciará el riego de la capa asfáltica"
Marcabelí espera recibir 3.000 turistas en fiestas septembrinas
>>Decenas de eventos ha organizado la municipalidad para atraer la presencia de turistas de la provincia y el país. (Pag. 4)
Perfil
Julio César Mogrovejo: Un ilustre marcabelense
"Toqué las puertas que tenía que tocar para lograr la cantonización de Marcabelí" (Pag. 18)
Turismo
Un Recorrido de La Libertad a Montañita.
Montañita es un mundo diferente, de turismo puro (Pag. 12)
Deportes
Selecciones clasifican para Brasil 2014.
Restan 263 días para el inicio del mundial (Pag. 16)
Páginas
Capas
Vínculos
Trazo
Color
Muestras
Carácter
Sin errores

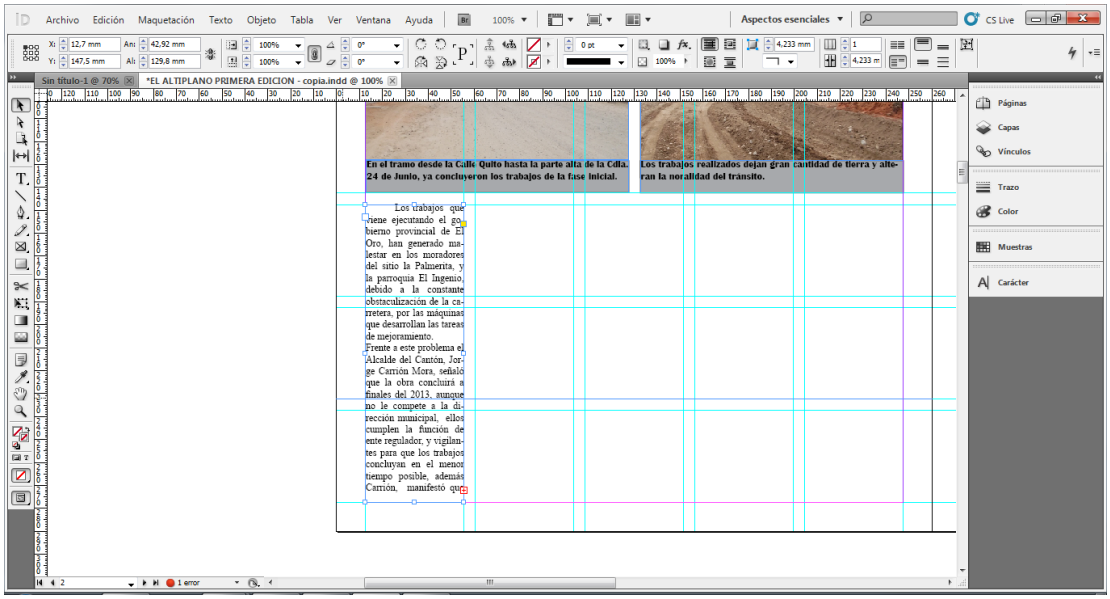
EL ALTIPLANO
Te informa
Obras finales en vía Marcabelí-La Bocana
"La obra terminada debe entregarse a finales del 2013"
"Finalizados los trabajos en la base se iniciará el riego de la capa asfáltica"
Julio César Mogrovejo: Un ilustre marcabelense
Marcabelí espera recibir 3.000 turistas en fiestas septembrinas
Un Recorrido de La libertad a Montañita
Selecciones clasificas para Brasil 2014
Plaza cívica se construirá detrás del mercado central
Se reanuda construcción de parque lineal en la Cdla. 24 de Junio
Municipio busca reactivar la caficultura

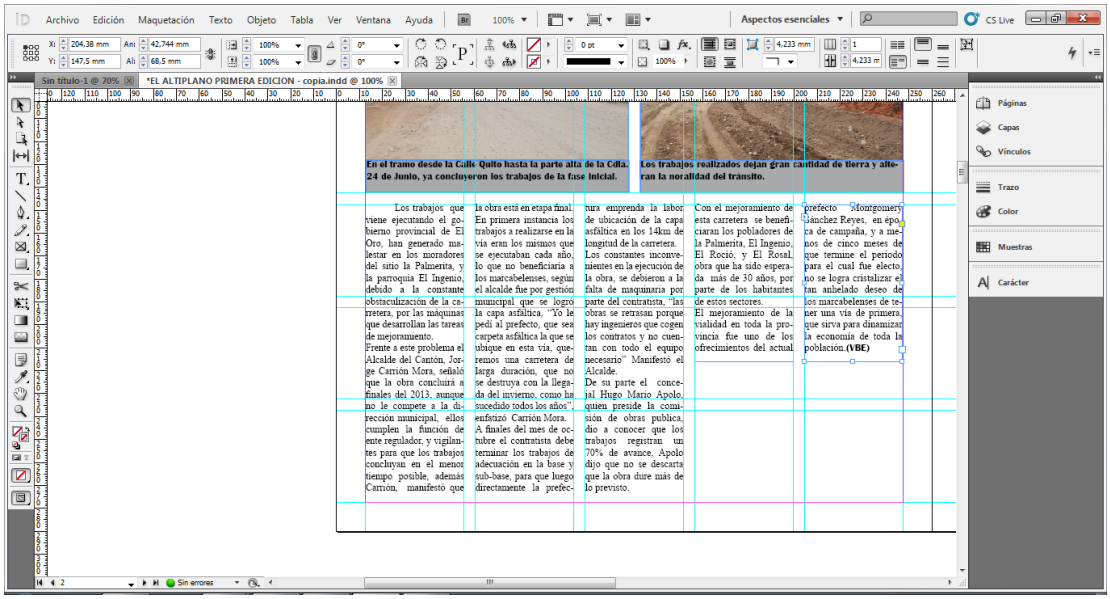

Marcabelí, 22 de septiembre de 2013
EL ALTIPLANO


Archivo Edición Maquetación Texto Objeto Tabla Ver Ventana Ayuda
Aspectos esenciales
CS Live
Sin título-1 @ 70%
*EL ALTIPLANO PRIMERA EDICION - copia.indd @ 100%
Páginas
Capas
Vínculos
Trazo
Color
Muestras
Carácter
2
Marcabelí, 22 de septiembre de 2013
LOCAL
EL ALTIPLANO
LA OBRA TERMINADA DEBE ENTREGARSE A FINALES DEL 2013
Vía Marcabelí – La Bocana en etapa final

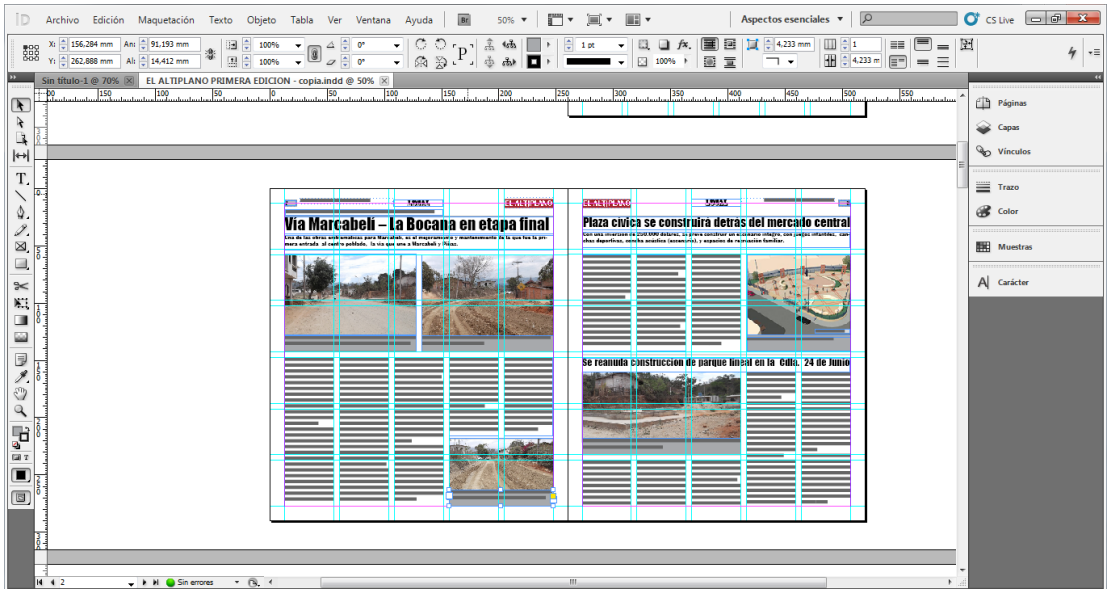

Archivo Edición Maquetación Texto Objeto Tabla Ver Ventana Ayuda
Aspectos esenciales
CS Live
Sin título-1 @ 70%
*EL ALTIPLANO PRIMERA EDICION - copia.indd @ 100%
Páginas
Capas
Vínculos
Trazo
Color
Muestras
Carácter
2
Marcabelí, 22 de septiembre de 2013
LOCAL
EL ALTIPLANO
LA OBRA TERMINADA DEBE ENTREGARSE A FINALES DEL 2013
Vía Marcabelí – La Bocana en etapa final
Una de las obras emblemáticas para Marcabelí, es el mejoramiento y mantenimiento de la que fue la primera entrada al centro poblado, la vía que une a Marcabelí y Piñas.

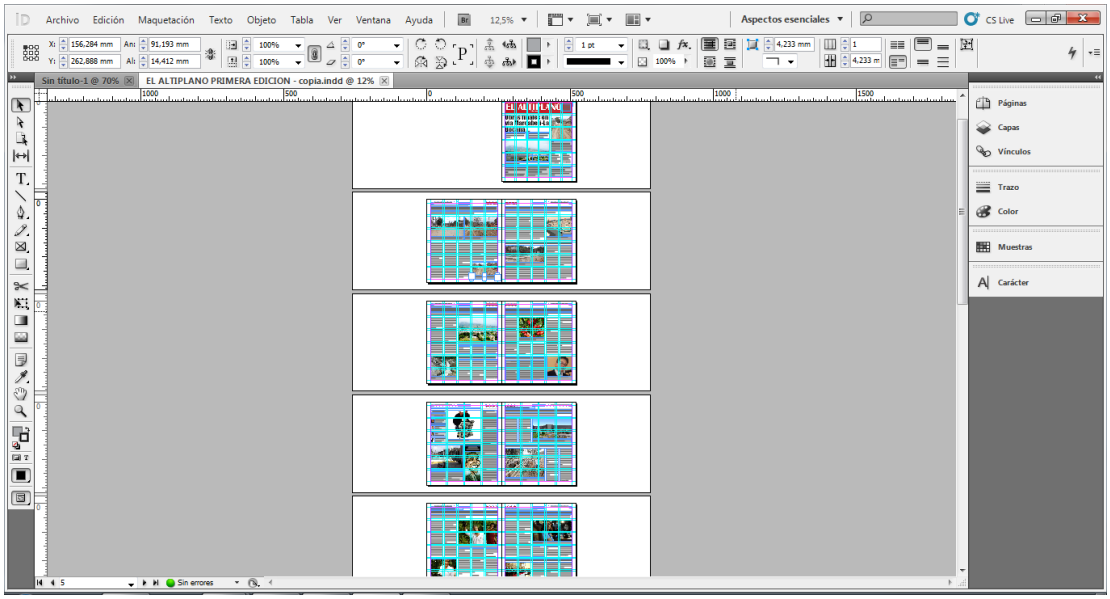

Archivo Edición Maquetación Texto Objeto Tabla Ver Ventana Ayuda
Aspectos esenciales
CS Live
Sin título-1 @ 70%
*EL ALTIPLANO PRIMERA EDICION - copia.indd @ 100%
Páginas
Capas
Vínculos
Trazo
Color
Muestras
Carácter
2
Marcabelí, 22 de septiembre de 2013
LOCAL
EL ALTIPLANO
LA OBRA TERMINADA DEBE ENTREGARSE A FINALES DEL 2013
Vía Marcabelí – La Bocana en etapa final
Una de las obras emblemáticas para Marcabelí, es el mejoramiento y mantenimiento de la que fue la primera entrada al centro poblado, la vía que une a Marcabelí y Piñas.
En el tramo desde la Calle Quito hasta la parte alta de la Cdla. 24 de Junio, ya concluyeron los trabajos de la fase inicial.
Los trabajos realizados dejan gran cantidad de tierra y alteran la noralidad del transito.


Archivo Edición Maquetación Texto Objeto Tabla Ver Ventana Ayuda
Aspectos esenciales
CS Live
Sin título-1 @ 70%
*EL ALTIPLANO PRIMERA EDICION - copia.indd @ 100%
Páginas
Capas
Vínculos
Trazo
Color
Muestras
Carácter
En el tramo desde la Calle Quito hasta la parte alta de la Cdla. 24 de Junio, ya concluyeron los trabajos de la fase inicial.
Los trabajos realizados dejan gran cantidad de tierra y alteran la noralidad del transito.
Los trabajos que viene ejecutando el gobierno provincial de El Oro, han generado malestar en los moradores del sitio la Palmerita, y la parroquia El Ingenio, debido a la constante obstaculización de la carretera, por las maquinas que desarrollan las tareas de mejoramiento.
Frente a este problema el Alcalde del Cantón, Jorge Carrión Mora, señaló que la obra concluirá a finales del 2013, aunque no le compete a la dirección municipal, ellos cumplen la función de ente regulador, y vigilantes para que los trabajos concluyan en el menor tiempo posible, además Carrión, manifestó qu


En el tramo desde la Calle Quito hasta la parte alta de la Cdla. 24 de Junio, ya concluyeron los trabajos de la fase inicial.
Los trabajos realizados dejan gran cantidad de tierra y alteran la normalidad del tránsito.

LA OBRA TERMINADA DEBE ENTREGARSE A FINALES DEL 2013
Vía Marcabelí – La Bocana en etapa final
En el tramo desde la Calle Quito hasta la parte alta de la Cdla. 24 de Junio, ya concluyeron los trabajos de la fase inicial.
Las trabajos realizados dejan gran cantidad de tierra y alteran la normalidad del tránsito.
Una vez finalizados los trabajos en la base y sub-base se inicira el riego de la capa asfaltica.


Archivo Edición Maquetación Texto Objeto Tabla Ver Ventana Ayuda
Aspectos esenciales
CS Live
Sin título-1 @ 70%
EL ALTIPLANO PRIMERA EDICION - copia.indd @ 50%
Páginas
Capas
Vínculos
Trazo
Color
Muestras
Carácter
Vía Marcabelí – La Bocana en etapa final
Plaza cívica se construirá detras del mercado central
Se reanuda construccion de parque lineal en la Cdla. 24 de Junio


Archivo Edición Maquetación Texto Objeto Tabla Ver Ventana Ayuda
Aspectos esenciales
CS Live
Sin título-1 @ 70%
EL ALTIPLANO PRIMERA EDICION - copia.indd @ 12%
Páginas
Capas
Vínculos
Trazo
Color
Muestras
Carácter

EL ALTIPLANO

Te Informa

Marcabelí
22.09.2013
Año 01 N°01
P.V.P $ 0.50
@el_altiplano

Obras finales en vía Marcabelí-La Bocana

(Pag. 2)

"La obra terminada debe entregarse a finales del 2013"

"Finalizados los trabajos en la base se inicirá el riego de la capa asfáltica"

>>Decenas de eventos ha organizado la municipalidad para atraer la presencia de turistas de la provincia y el país. (Pag. 4)

Perfil

Julio César Mogrovejo: Un ilustre marcabelense

"Toqué las puertas que tenía que tocar para lograr la cantonización de Marcabelí" (Pag. 18)

Turismo

Un Recorrido de La Libertad a Montañita.

Montañita es un mundo diferente, de turismo puro (Pag. 12)

Deportes

Selecciones clasificas para Brasil 2014.

Restan 263 días para el inicio del mundial (Pag. 16)

Plaza cívica se construirá detrás del mercado central

Con una inversión de 250.000, se prevé construir un escenario integro.(Pag. 3)

Se reanuda construcción de parque lineal en la Cdla. 24 de Junio

La etapa final de la obra costara 40.000 dólares.(Pag. 3)

Municipio busca reactivar la caficultura

El café es uno de los productos que se produce en mayor cantidad en Marcabelí. (Pag. 5)

LA OBRA TERMINADA DEBE ENTREGARSE A FINALES DEL 2013

Vía Marcabelí – La Bocana en etapa final

Una de las obras emblemáticas para Marcabelí, es el mejoramiento y mantenimiento de la que fue la primera entrada al centro poblado, la vía que une a Marcabelí y Piñas.

En el tramo desde la Calle Quito hasta la parte alta de la Cdla. 24 de Junio, ya concluyeron los trabajos de la fase inicial.

Los trabajos realizados dejan gran cantidad de tierra y alteran la noralidad del tránsito.

Los trabajos que viene ejecutando el gobierno provincial de El Oro, han generado malestar en los moradores del sitio la Palmerita, y la parroquia El Ingenio, debido a la constante obstaculización de la carretera, por las máquinas que desarrollan las tareas de mejoramiento.

Frente a este problema el Alcalde del Cantón, Jorge Carrión Mora, señaló que la obra concluirá a finales del 2013, aunque no le compete a la dirección municipal, ellos cumplen la función de ente regulador, y vigilantes para que los trabajos concluyan en el menor tiempo posible, además Carrión, manifestó que la obra está en etapa final.

En primera instancia los trabajos a realizarse en la vía eran los mismos que se ejecutaban cada año, lo que no beneficiaría a los marcabelenses, según el alcalde fue por gestión municipal que se logró la capa asfáltica, "Yo le pedí al prefecto, que sea carpeta asfáltica la que se ubique en esta vía, queremos una carretera de larga duración, que no se destruya con la llegada del invierno, como ha sucedido todos los años", enfatizó Carrión Mora.

A finales del mes de octubre el contratista debe terminar los trabajos de adecuación en la base y sub-base, para que luego directamente la prefectura emprenda la labor de ubicación de la capa asfáltica en los 14km de longitud de la carretera.

Los constantes inconvenientes en la ejecución de la obra, se debieron a la falta de maquinaria por parte del contratista, "las obras se retrasan porque hay ingenieros que cogen los contratos y no cuentan con todo el equipo necesario" Manifestó el Alcalde.

De su parte el concejal Hugo Mario Apolo, quien preside la comisión de obras publica, dio a conocer que los trabajos registran un 70% de avance, Apolo dijo que no se descarta que la obra dure más de lo previsto.

Con el mejoramiento de esta carretera se beneficiaran los pobladores de la Palmerita, El Ingenio, El Roció, y El Rosal, obra que ha sido esperada más de 30 años, por parte de los habitantes de estos sectores.

El mejoramiento de la vialidad en toda la provincia fue uno de los ofrecimientos del actual prefecto Montgomery Sánchez Reyes, en época de campaña, y a menos de cinco meses de que termine el periodo para el cual fue electo, no se logra cristalizar el tan anhelado deseo de los marcabelenses de tener una vía de primera, que sirva para dinamizar la economía de toda la población.**(VBE)**

Una vez finalizados los trabajos en la base y sub-base se inicira el riego de la capa asfáltica.

Plaza cívica se construirá detrás del mercado central

Con una inversión de 250.000 dólares, se prevé construir un escenario íntegro, con juegos infantiles, canchas deportivas, concha acústica (escenario), y espacios de recreación familiar.

Un espacio que ha estado abandonado por años, y que ha sido utilizado para realizar la feria agropecuaria, será el escenario donde se construya la nueva plaza cívica para Marcabelí.

El lugar conocido como "terrero" es aprovechado por los jóvenes los fines de semana para practicar algún tipo de deporte, quienes también se benefician de este espacio son los comerciantes temporales, es el caso de los "Juegos Mecánicos", que en estas fiestas están implantados en el lugar.

Según se dio a conocer desde la alcaldía, la fase de estudios y factibilidad ya está concluida, el siguiente paso es realizar el concurso para la contratación de quien ejecute la obra, a través del portal de compras públicas.

Con una inversión de 250.000 dólares, se prevé construir un escenario íntegro. El alcalde Jorge Carrión manifestó que, "con esta obra emblemática se busca despegar el parque central de quienes practican deporte todas las tardes, y reforzar la parte estética del cantón"

Aunque no hay una fecha establecida para iniciar la obra, el alcalde Jorge Carrión, señalo que una vez que se le adjudique al contratista, los trabajos empezaran de forma inmediata. **(VBE)**

La plaza cívica costara 250.000 dólares

Se reanuda construcción de parque lineal en la Cdla. 24 de Junio

La etapa final de la obra costara 40.000 dólares, los trabajos para concluir iniciaran de manera inmediata.

La obra ha estado paralizada por más de seis meses, debido a la falta de recursos, lo que ha generado inconformidad en los moradores de la ciudadela 24 de Junio.

Segun dio a conocer el primer personero municipal, Jorge Carrión, ya se firmó el contrato para la reanudación de los trabajos, en el parque lineal de la ciudadela 24 de Junio, obra que estaba abandonada a la intemperie. El representante del cabildo municipal, manifestó que la obra se detuvo por cuestiones económicas.

Debido a las fuertes críticas hacia la actual administración municipal, que a decir del Alcalde, provienen de adversarios políticos, se tuvo que acelerar las gestiones y priorizar la culminación del parque lineal.

La etapa final de la obra costara 40.000 dólares y estará a cargo del ingeniero contratista Alejandro Cueva, quien ganó el concurso en el portal de compras públicas, los trabajos por parte del contratista iniciaran de manera inmediata.

El alcalde además informo, que esta no es la única obra que se está realizando en la mencionada ciudadela, "ya se ha cumplido con el embaulado de la subida al sector conocido como <<Los Tanques>>, para evitar estragos en el invierno, una obra valorada en más de 100.000 dólares".

La construcción del parque lineal en la "24 de Junio", a la altura de la "Unidad Educativa Marcabelí" está comprendido dentro de la creación y remodelación de parques en toda la parte urbana urbana del "Edén de los Andes".

Muchos pensaran que la reanudación de esta obra es con fines netamente políticos, pero no es así, las obras se hacen cuando exisiten los recursos, y se pueden hacer. Expreso la máxima autoridad municpal. **(VBE)**

EN LAS FIESTAS SEPTEMBRINAS

Marcabelí Espera recibir 3.000 turistas

En el marco del vigesimoséptimo aniversario de vida política, se han preparado varias actividades, deportivas y culturales, durante todo el mes de septiembre.

Uno de los eventos de mayor acogida es la carrera de motocross, acto que ha ganado renombre a nivel provincial y nacional, por estar enmarcado en un circuito de válidas.

Por su parte las autoridades han ofrecido todas las comodidades del caso a los organizadores de eventos, tanto deportivos como culturales, para promover la presencia de turistas en el cantón, según declaraciones del Alcalde Jorge Carrión, en estas fiestas se prevé que lleguen más de 3.000 turistas a visitar Marcabelí.

El circuito automovilístico, es otro de los eventos deportivos a realizarse, que acapara la atención de todo el sur del país, este año está a cargo de la realización el señor Walter Romero, y se lo efectuará por las principales calles del cantón.

En cuanto a los eventos de carácter cultural, el que mayor acogida tiene, es la elección de la reina del altiplano orense, que se realizó anoche en los interiores de la Unidad Educativa Luis Enrique Córdova a la cual asistieron cerca de 1.000 espectadores.

Según información del alcalde, el municipio no cuenta con los recursos para invertir en grandes artistas, ni en eventos de gran magnitud, pero enfatizó en que se está haciendo un esfuerzo para darle a Marcabelí lo que se merece.

Vista panorámica del centro poblado de Marcabelí, desde la parte alta de la Ciudadela 24 de Junio.

Para cada uno de los eventos se han tomado las precauciones necesarias, "queremos darles las garantías del caso a todos quienes visten Marcabelí, buscamos dar una buena imagen, ya que los turistas son quienes inyectan su dinero en los locales comerciales y aportan a nuestra economía", Finalizó el alcalde. **(VBE)**

La Chorrera es uno de los lugares turísticos mas visitados.

Lugares turísticos en Marcabelí

Marcabelí al estar ubicado en la parte alta de la provincia de El Oro, específicamente a 540 metros sobre el nivel del mar, es beneficiado por un clima único y excepcional, la temperatura oscila entre los 20 y 26 grados centígrados.

Varios son los lugares turísticos que existen en Marcabelí, entre los más concurridos podemos anotar los siguientes; El rio Puyango, Las minas de feldespato, las aguas termales, la chorrera, el dorado, 24 rio sport, aparte de visitar estos lugares también se puede disfrutar de la variada gastronomía, que se oferta en los restaurantes del centro cantonal.

La ubicación geográfica de Marcabelí, lo convierten en un lugar preferido por varias personas, no solamente por la belleza natural, sino también por la calidez humana de las y los marcabelenses.

Los sectores de atracción turística no están distantes del centro poblado, a tan solo 15 minutos en auto, usted ya puede disfrutar de la belleza que le ofrece el balneario natural, "La Chorrera".**(VBE)**

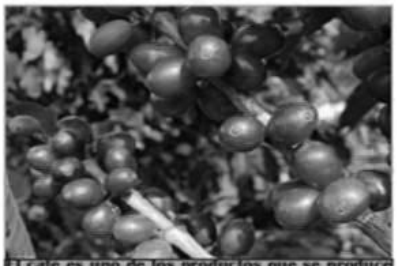
Municipio busca reactivar la caficultura

El gobierno nacional mediante el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), emprendió el proceso de reactivación de la producción de café.

Miles de hectáreas en el Ecuador son destinadas a la caficultura y a la producción de cacao. En la provincia de El Oro específicamente en Marcabelí el 70% de la economía depende de la producción de café.

Marcabelí es uno de los sectores con mayor cantidad de cultivos de café, actualmente los terrenos dedicados a esta actividad superan las 800 hectáreas, de las cuales un 95% fueron afectadas por el hongo conocido como "La Roya", lo que perjudico a los productores con una reducción del 90% en última cosecha en todo el cantón.

Debido a este problema, la preocupación es eminente por parte de las autoridades locales, por tal razón el Alcalde Jorge Carrión, visitó el despacho del Ministro de Agricultura en la ciudad de Quito, y le expuso la situación de los caficultores del cantón.



El cafe es uno de los productos que se produce en mayor cantidad en Marcabelí

El alcalde confirmó que ha recibido el respaldo de las autoridades de esta cartera de estado, tanto nacional como provincial, para emprender proyectos que ayuden a los caficultores a renovar sus plantaciones a corto plazo.

Dentro del plan de renovación de los cultivos de café, está la entrega de lechuguines y semillas, sin ningún costo, además del asesoramiento para el cuidado de las huertas cafetaleras.

Actualmente se están realizado los almácigos en la granja municipal, donde se producirán los lechuguines que se entregaran a los caficultores sin costo alguno, la entrega se efectuara mediante la asociación de pequeños cafetaleros, APECAM.

Para las personas que no tienen acceso de vehículos a sus huertas, se les entregara las semillas, para que realicen los almácigos, con la asistencia técnica de personal del municipio y el MAGAP.

Los caficultores han recibido positivamente esta noticia, según Victoriano Bravo, quien lleva más de 35 años dedicado a esta actividad, los incentivos y recursos que está invirtiendo tanto del gobierno nacional, como el municipio, son de vital importancia para no dejar que se pierda una de las actividades que ha sido sustento de los hogares marcabelenses por décadas.

Con la nueva semilla importada desde Brasil, se prevé que cada hectárea llegue a producir 30 quintales de café.**(VBE)**

Jorge Carrión: "Sin cafe no hay Plata"

"La economía está por los suelos, no hay circulante" manifestó el alcalde Jorge Carrión, completamente preocupado, por las pérdidas en las cosechas pasadas de café, donde se registró un importante declive.

En plenas fiestas septembrinas, el movimiento económico que se ha registrado hasta el momento es nulo, en años anteriores las fiestas de cantonización, eran el escenario para la inversión del dinero que se obtenía de la venta del café.

A pesar de este bajón económico, varias personas han decido apostarle nuevamente a la agricultura, pero de una forma más tecnificada, donde se puedan ver los resultados a corto y mediano plazo. "La solución está en volver a la agricultura, pero aplicando nuevas tecnologías, Marcabelí tiene potencial para sacarle mucho provecho, la tierra es fértil, mediante la agricultura lograremos dinamizar nuestra economía", añadió el Alcalde.

La proyección del costo de café está en ascenso, para el 2016 el quintal se cotizara sobre los $ 400 dólares. **(VBE)**

Jorge Carrión Mora Alcalde de Marcabelí

"No comparto lo que dices, pero defenderé hasta la muerte tu derecho a decirlo" **(Voltaire)**

EL ALTIPLANO

Dirección: La Palmerita, Calle principal.**Teléfono:** 0998242972
www.elatiplano.ec

Víctor Fernando Bravo
Director General
@victorbravotv

Equipo de colaboradores

César Pinos Espinoza
Turismo
@cesarpinose

Ana Francisca Delgado
Salud
@annafranciscadp

Adela Araujo Cuenca
Entretenimiento
@araujoadela

El Altiplano, le informa con la verdad.

Un nuevo medio

Verdaderamente la comunicación y sus diferentes formas de expresión han evolucionado convirtiéndose en el motor principal de toda sociedad, que no sólo pasa a ser un conglomerado de personas en un mismo espacio físico, sino que abarca más y rompe con todos los paradigmas establecidos.

Gracias a la evolución de la comunicación las barreras físico-temporales han quedado rezagadas a un plano secundario, ya que mediante los avances tecnológicos es posible crear ambientes comunicacionales según las necesidades de sus interlocutores y generar así la respuesta o feedback necesario y oportuno.

Es así como los periódicos impresos o digitales forman parte del día a día de una sociedad convirtiéndose en voceros oficiales de los hechos y sucesos que hilan la historia de los pueblos.

El Altiplano un periódico innovador que surge bajo la consigna de "Informar con la verdad" busca ese espacio oportuno para suplir las necesidades de los nuevos lectores, que se sienten atraídos por la información analizada desde otra óptica sin bandera ni tinte político.

Es el momento preciso para generar la información que queremos leer, ver y contar, es el punto de partida de una nueva visión y generación periodística es el punto de partida de "El Altiplano".

FOTO DENUNCIA

A plena luz del día, un camión de transporte de aves, destruyó todas las cintas que se colocaron en el parque central para engalanar a Marcabelí en las fiestas septembrinas.

Testigos comentaron que el irresponsable conductor solo se detuvo a desenredar las cintas que se quedaron atascadas en su vehículo, y prosiguió su rumbo.

Envíanos tus denuncias:
periodicoelaltiplano@gmail.com

Rostro Actual
Barack Obama
Presidente de EEUU

EN SEGUNDO Y DEFINITIVO DEBATE

Machala aprobó ordenanza para construir terminal

El Concejo Cantonal de Machala aprobó la ordenanza que autoriza a la Empresa Municipal Terminal Terrestre, a determinar la mejor alternativa para la construcción del Terminal Terrestre.

El Concejo Cantonal de Machala aprobó en segundo y definitivo debate, la ordenanza que autoriza a la Empresa Municipal Terminal Terrestre, a determinar la mejor alternativa para empezar con la construcción del Terminal Terrestre para Machala, es lo que informo el Alcalde Carlos Falquez Batallas.

El edil explicó que la Municipalidad entregará a la Empresa Terminal Terrestre, los diseños definitivos validados por la Subsecretaria de Transporte Terrestre en junio pasado, además de los requisitos para emprender el proceso de contratación de la obra.

Falquez enfatizó que el proceso para la consecución de este transcendental objetivo avanza firme y reafirmo el compromiso de su administración para que la ciudadanía cuente con un moderno Terminal Terrestre acorde a la ciudad.**(VBE)**

El Concejo Cantonal de Machala aprobó la ordenanza que autoriza la construcción del Terminal Terrestre para la capital orense.

Ganaderos del Litoral y Galápagos plantean elevar el valor de la carne

Los ganaderos del Litoral y Galápagos plantean elevar el precio de la carne de res en pie de $ 0,60 a $ 0,92.

La Asociación de Ganaderos del Litoral y Galápagos (AGLG) planteó el 17 de septiembre a la subsecretaria del Ministerio de Agricultura, Margoth Hernández, elevar el precio de la carne de res en pie de $ 0,60 a $ 0,92.

Representantes de ese gremio, con miembros de la Federación Nacional de Ganaderos, se reunieron a puerta cerrada con la funcionaria en el Gobierno Zonal para exponer "la problemática del sector".

Peter Bohman, presidente de AGLG, dijo que en la reunión manifestó que es urgente revisar el precio, que no ha variado desde hace diez años. Los ganaderos, agregó, están trabajando a pérdida y se han visto en la obligación de ahorrar en aspectos como mantener "un nivel genético de primer orden, los potreros en buen estado y pagar sueldos mínimos dignos".

Sobre este tema, el ministro de Agricultura, Javier Ponce, refirió que están conversando con los productores, más aún no se puede hablar de un precio fijo establecido. "Estamos discutiendo, pero creo yo que podemos ver otras posibilidades", anotó. **(VBE)**

DESDE LA AMAZONÍA ECUATORIANA

Rafael Correa denuncio la 'mano sucia' de Chevron

El presidente del Ecuador Rafael Correa llamó a la 'solidaridad' mundial en su lucha contra Chevron, al denunciar el daño en la Amazonía atribuido a la petrolera.

El presidente de Ecuador Rafael Correa llamó a la "solidaridad" mundial en su lucha contra Chevron, al denunciar el daño en la Amazonía atribuido a la petrolera.

"Las herramientas que vamos a utilizar para combatir a Chevron son la verdad y el llamado a la solidaridad de los ciudadanos del mundo para no comprar sus productos", sostuvo el mandatario al lanzar una campaña denominada La mano sucia de Chevron.

Correa acudió al pozo Aguarico 4, en Sucumbíos, donde la petrolera Texaco (adquirida por la estadounidense Chevron en el 2001) operó entre 1964 y 1990 y hundió una mano en una de las piscinas de desechos del área en las cuales hay restos de petróleo.

"Por ahorrarse unos cuantos dólares, Chevron usó las peores técnicas de extracción.

Hay cerca de mil piscinas como esta en nuestra Amazonía y jamás fueron remediadas, simplemente ocultadas con una capa de tierra para engañar al Estado ecuatoriano", indicó.

Insistió, además, en que en el juicio iniciado hace más de trece años por colonos e indígenas amazónicos contra Chevron, el Gobierno ecuatoriano no ha intervenido para nada, ya que se trata de un proceso entre privados, y que ha seguido su curso normalmente.

El presidente Correa unto su mano de los restos de crudo en la Amazonia

Rafael Correa a través de los medios denuncio la "mano sucia" de Chevron.

No obstante, dijo que su gobierno reaccionó frente a la "campaña de desprestigio" que la petrolera ha emprendido y en la que habría gastado $ 400 millones, según Correa.

Ecuador espera que figuras de la música, el cine, reconocidos activistas ambientales y hasta premios Nobel de la paz visiten la Amazonía y hundan las manos en las piscinas de desechos petroleros.

Que dice Chevron

En tanto, la empresa sostuvo en un comunicado que Correa "ha decidido interferir, una vez más, en el caso Chevron" y lo acusó de "ofrecer un relato distorsionado e incorrecto de la historia de estos campos petroleros y de quién es responsable por el impacto ambiental".

Chevron de su parte argumenta que la contaminación y la posterior limpieza de las piscinas de crudo de Aguarico son responsabilidad de la petrolera estatal Petroamazonas.

La condena

En el 2012, Chevron fue condenada a pagar 19.000 millones de dólares, pero el fallo, considerado fraudulento por la empresa, aún debe ser ratificado por las cortes ecuatorianas.

Supuesto fraude

Chevron denuncia un supuesto fraude en el juicio e intenta que una corte internacional de arbitraje obligue a Ecuador a hacerse cargo de la situación, alegando que la estatal Petroecuador fue la responsable de la contaminación al efectuar un mal trabajo de reparación.

Al mismo tiempo, ha señalado una supuesta intromisión del presidente de la republica Rafael Correa en el proceso.

A PUERTAS DE UN NUEVO PROCESO ELECTORAL

Pierina Correa se retira definitivamente de Alianza PAIS

Pierina Correa, hermana del presidente de la República, Rafael Correa, era una de los siete integrantes del Consejo Político del movimiento Alianza PAIS, anunció su retiro definitivo del movimiento oficialista.

Es una "decisión irrevocable" su "separación definitiva" de AP, dijo Pierina Correa, quien agregó que ya le presentó el escrito a su hermano, el presidente de la república, Rafael Correa y que las relaciones familiares "están intactas".

Pierina, presidenta de la Federación Deportiva del Guayas, refutó al ministro de Deportes, José Francisco Cevallos. Señaló que "Fedeguayas no recibe 12 millones al año, sino 10'820.000, aunque requiere 18 millones".

Indicó que el dinero que anualmente da el Ministerio es el mismo desde el 2010 y con él tienen que mantener 67 escenarios. Además, indicó que se irrespeta la ley con convenio entre el Ministerio y la Prefectura del Guayas por las ligas cantonales de fútbol, ya que ello le corresponde a Fedeguayas.

Pierina Correa, expuso la situación financiera de la institución.

Señaló que Cevallos usa recursos del Ministerio en promoción. Agregó que él invierte más en Milagro, donde es precandidato a alcalde.

La funcionaria había cuestionado al ministro Cevallos, cuyo nombre fue propuesto por un grupo político a la Alcaldía de Milagro, y a la asambleísta Denisse Robles, lo que ha generado la reacción de la dirección nacional de AP.

Pierina Correa, era una de los siete integrantes del Consejo Político del movimiento Alianza

Correa había comentado que Cevallos "es el enemigo peor y más grande de la provincia del Guayas", y sobre Robles, que utiliza su cargo de asambleísta "como trampolín".

En su informe semanal el pasado 7 de septiembre, el presidente Rafael Correa contradijo las expresiones de su hermana y dijo que probablemente Cevallos "barrería" de presentarse a las elecciones en Milagro. Pierina, en cambio, apoya una reelección del actual alcalde Paco Asán.**(VBE)**

Intelectuales piden respeto a la libertad de expresión en Ecuador

Intelectuales se reunieron en Praga para exigir respeto a la libertad de expresión.

(EFE) Un grupo de políticos e intelectuales europeos, americanos y asiáticos suscribieron el 18 de septiembre en Praga un llamamiento en favor del respeto a los derechos humanos en Ecuador, en concreto, la libertad de expresión.

Los veintitrés signatarios del documento, dejan patente su preocupación "por la situación que atraviesa Ecuador, donde la libertad de expresión es sistemáticamente atacada por el Gobierno, mediando coacciones arbitrarias revestidas de aparente legalidad".

Los firmantes han trasladado su preocupación por un caso que lleva adelante la justicia ecuatoriana, que acusa a trece personas de supuestos delitos de terrorismo y sabotaje por su irrupción en el canal gubernamental ECTV en septiembre de 2010.

Entre los firmantes del documento se cuentan los antiguos jefes de Estado de Bielorrusia, Stanislav Shushkevich, y Lituania, Vitautas Lansbergis; tres ex ministros checos; y Kevin Klosse, presidente de Radio Free Europe.

SEGÚN LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD

Más de 347 millones de personas tienen diabetes

La diabetes se está convirtiendo en una epidemia mundial relacionada con el rápido aumento del sobrepeso, la obesidad y la inactividad física

La cifra de individuos alrededor del mundo que padecen diabetes está en continuo aumento y de forma particular en los países en desarrollo. Las causas son complejas, pero en gran parte están relacionadas con la obesidad y la inactividad física.

Si bien los factores genéticos como los medioambientales parecen desempeñar un rol importante en la aparición de la enfermedad, varios estudios y pruebas han demostrado que las complicaciones se pueden prevenir con una dieta saludable, actividad física regular, un peso corporal normal y evitar el consumo de tabaco.

En términos generales se conoce a la diabetes como una enfermedad en la que los niveles de glucosa (azúcar de la sangre) están muy altos, por esta razón el organismo no produce insulina o no la utiliza adecuadamente. La insulina es una hormona indispensable para ayudar a transformar la glucosa en la energía necesaria para realizar las actividades cotidianas.

La alimentación es la clave.

¿Que tipos de diabetes existen ?

Existen dos grandes formas de diabetes

Diabetes Tipo 1: también conocida como diabetes juvenil, se caracteriza porque el cuerpo no produce insulina, es más típica en personas jóvenes

Diabetes Tipo 2: Esta forma es más común en personas mayores de 40 años en esta el cuerpo no produce o no usa la insulina adecuadamente y sin suficiente insulina, la glucosa permanece en la sangre padiendo causar problemas serios como provocar lesiones en los ojos, los riñones y los nervios, causar enfermedades cardíacas, derrames cerebrales e incluso la necesidad de amputar un miembro.

Síntomas comunes de la Diabetes

Frecuentemente la diabetes pasa desapercibida debido a que sus síntomas aparentan ser inofensivos, sin embargo nuevos estudios indican que la detección prematura de los síntomas así como su tratamiento pueden disminuir la posibilidad de desarrollar las complicaciones de esta enfermedad. Entre los síntomas más característicos destacan: Orina frecuente, sed constante, hambre excesiva, pérdida de peso inexplicable, aumento de fatiga y debilidad, irritabilidad, visión borrosa

Las personas que padecen diabetes deben estar en constante tratamiento médico.

Plan de alimentación para la diabetes

Al hablar de un plan de alimentación que favorezcan un mejor estilo de vida para el paciente diabético este debería incluir la repartición de comidas pequeñas a través del día para mantener los niveles del azúcar en la sangre estables.

Además, si el régimen de ejercicio se cambia, deben hacerse los cambios correspondientes en la dieta, para mantener el control del peso y para controlar los niveles del azúcar en la sangre. Usted puede ayudar a controlar su glucosa y la diabetes incluyendo estos alimentos a su dieta diaria.

1. Almidones: proporcionan a su organismo energía, vitaminas, minerales, lo recomendable es de 6 a 11 porciones diarias.

2. Verduras: coma verduras crudas y cocidas todos los días estas tienen pocas calorías. Lo ideal es comer de 3 a 5 porciones diarias.

3. Frutas: le proporcionan energía, vitaminas, minerales, y fibra comestible. Ingiera de 2 a 4 porciones diarias.

5. Carnes: ayudan a su organismo a reconstruir los tejidos y los músculos. Lo recomendable es ingerir de 2 a 3 porciones diarias.

Datos de la OMS

La organización mundial de la salud prevé que la diabetes se convierta en el año 2030 en la séptima causa de muerte a nivel mundial.**(AFD)**

DOS GRANDES AMIGOS ESTAN HACIENDO NOTICIA EN EL MUNDO

Un elefante y un perro son mejores amigos

Un elefante huérfano llamado Bubbles, que fue rescatado de los cazadores de marfil en África, pasa sus días jugando a la pelota con su amiga Bella, un labrador negro que nada y juega con su enorme amigo.

"Les encanta divertirse juntos, todo el tiempo, son realmente mejores amigos", aseguró el director del parque natural de California, Bhagavan Antle, donde viven los dos animales.

Este parque, llamado El Fondo de Especies Raras en el sur de California, trabaja en la conservación de la vida silvestre.

Mientras Bubbles intenta alcanzar la pelota zambulléndose, Bella escala al elefante por el lomo.

Un elefante huérfano llamado Bubbles, pasa sus días jugando a la pelota con su amiga Bella, un labrador negro

UNA TABLET PARA EL COLE

En la actualidad, son muchos los artefactos tecnológicos y uno de ellos es la "Tablet". Te habrás preguntado ¿Cuánto tendré que invertir para comprar una buena Tablet para el cole?, pues lo primero que tienes que hacer es tomar en cuenta el sistema operativo de ella. En cuanto al sistema operativo las más recomendables son iOS y Android, mientras que en el precio podrás encontrar desde los 300 dólares.

UNA ARDILLA QUE LEE

Esta es una de las fotos que se encuentra circulando en varias páginas sociales, pues un fotógrafo captó la imagen de esta pequeña ardilla, en el instante en el que agarró una envoltura, pues tal parece que el animal, estuviera revisando si el contenido, estaba por caducar.

LO QUE HACE UN FANÁTICO

Muchas de las personas tienden a desarrollar admiración a actores, actrices, cantantes y deportistas y suelen realizar actos e inversiones totalmente fuera de este mundo.

Este es el caso de un coleccionista anónimo, que gastó más de 6.000 dólares por un mechón de cabello de Mick Jagger, integrante de los Rollings Stones.

AUMENTA RIESGO

Según estudios determinan que el ingerir grandes cantidades de carnes rojas, podría aumentar el riesgo de Alzheimer.

George Bartzokis, profesor de la UCLA en los Estados Unidos, indicó que una de las causas principales de esta enfermedad, proviene de dos proteínas, una de ellas se llama "tau" y la otra "beta-amiloide".

UN TRAYECTO LLENO DE ANÉCDOTAS

Un recorrido de La Libertad a Montañita

Montañita es un mundo diferente, de turismo puro, todo allí invita al abandono de preocupaciones personales o existenciales.

Monumento a Rocafuerte, fundador de Santa Elena

Lugares de hospedaje en Montañita para escoger

Por: César Pinos Espinoza

Es una nueva aventura. Esta vez desde el populoso puerto principal Guayaquil con dirección a la tierra de los gigantes de Sumpa, la península de Santa Elena, hoy provincia número 24 del Ecuador. Ya por la ruta y en las afueras del puerto, veo que un pequeño grupo de personas discuten algo en torno a su empresa: un gran montón de fundas de basura; junto a ellos varias viviendas de pobreza evidente y calles llenas de desperdicios y caos sanitario. Es el otro rostro de la populosa ciudad de Guayaquil.

Hablando de extravíos

Vuelvo a la Península a los 30 años y todo se muestra diferente. La red vial a partir del eje de cuatro carriles es excelente, pero la veo confusa, creo que conduciendo un vehículo me perdería en menos de lo que canta un gallo, como sucedió una mañana hace varias décadas en el Cajas desde la Luspa, apareciendo de modo inexplicable en horas de la noche, como magia, como un pañuelo desde el sombrero de un mago, lo que ya contaré en su momento. En el interior del confortable bus veo la película "¿Para qué vivimos?" Me preocupa un poco. Es que sería muy grave no saber para qué estamos en este mundo. No sé si sea mejor ignorar, como la avestruz su realidad escondiendo la cabeza, queriendo o sin querer, para no sufrir, aunque de todas formas éste sufrimiento se presente con muchas caras que a veces no las podemos entender, por profundas e insondables…

El sol brilla en todo su esplendor, el cielo está completamente azul, los cultivos, el agua, los frutales, las fincas, los ceibos con sus tétricas figuras de sequía, las palmeras, los pastos, el bosque nativo, los mangos, los platanales, todo es un nuevo mundo diferente al de ayer. Pero continuamos, siempre buscando

En Santa Elena, la iglesia catedral y monumento a la Madre.

como el hombre antiguo, el camino del mar.

Recorriendo La Libertad

La Libertad a la vista. ¡Qué diferente! Ahora una ciudad grande, con avenidas, edificios altos y nuevos, tráfico intenso y ya conurbada con Salinas un poco más allá, éste quizás el balneario más hermoso de la costa del Pacífico sur, herencia del auge petrolero y de la pujanza industrial y comercial. En La Libertad camino a tempranas horas de la noche, no conozco a nadie ni nadie me conoce, y junto al mar las olas golpean fuerte y las luces de los pequeños barcos de pesca titilan en su mundo de siglos, mientras las risas juveniles de Peter, Pepe, Elenita, Chicho, Raúl y otros amigos y amigas de hace décadas emergen del recuerdo junto al Salón Hong Kong de noche, o de día cuando llegaban las chicas de su colegio en Ballenita, o los futuros marinos y pilotos que saludaban amistosos con nosotros para hacer planes, y años después, cuando el Jairo Vallejo emprendería una verdadera hazaña o locura al cruzarse a nado desde la playa hasta un barco, causando admiración aún a los propios tripulantes. Recordaba que sentados junto al salón luego, esperando al Jairo, una mano tocaba mi espalda, era Elenita que a los tiempos asomaba, con la misma sonrisa y verdor de sus ojos de siempre.

Prosigo mi camino desde La Libertad hacia Santa Elena, con su hermoso parque y el monumento a Rocafuerte, primer fundador, y a la Madre, heroína de siempre; enseguida Ballenita, San Pablo, Monteverde, Jambelí, Palmar, Ayangue, San Pedro, Valdivia, Libertador Bolívar, Cadeate, Río Chico, Manglaralto y por fin Montañita.

En Montañita de todo

Montañita es un mundo diferente, de turismo puro, todo allí invita al abandono de preocupaciones personales o existenciales. Los que llegan viven su propia vida y disfrutan "como si el mundo se fuera a acabar". Arriban de todas partes,

La Libertad hoy es un puerto pujante.

Playa de Montañita, refugio de muchas personajes que buscan relajarse.

cada loco con su tema: unos con tablas de surf y cuerpos broncedados; otros, "hippies", que elaboran y venden manillas y adornos simples y a veces bonitos, que viven de eso y del gozo diurno y nocturno que brindan la playa y las discotecas y los bares, como que no temen ni deben a nadie. No faltan los que venden refrescos, golosinas, caramelos y pequeñeces, humildemente. Algunas chicas se pasean en cuadrón por la playa con trajes pequeñitos "dando bola" e inquietando, incluso al hombre maduro y barrigón que descansa recostado en la arena junto a su consorte muy del siglo pasado. Una chica colombiana me ofrece lindos recuerdos en la playa, digo souvenirs y seguramente se ha olvidado de sus padres que todavía le esperan en algún rincón de su tierra paisa, en fin, de todo. Yo observo y callo.

Península con historia milenaria

Mi cámara funciona, y no falta quien me pregunte, quizá por verme solo, qué hago. Les digo que estudio la posibilidad de buscar tesoros de piratas en la Isla de la Plata, y luego saber más sobre las culturas antiguas de esas tierras: Las Vegas, Valdivia, Machalilla, Chorrera, Manteño, Guangala…todo un mundo maravilloso de antes de Cristo y comienzos de nuestra era, como lo que muestra el museo de Los Amantes de Sumpa. Les digo que recorro solitario desde el extremo sur de América, asombrado y confundido por las historias, lejanas en el tiempo.

Y cae la tarde. Los turistas recogen sus cosas y se alejan de la playa. Yo me encamino a mi lugar en el hotel y entonces comienza la bulla nocturna de discotecas y bares, al tiempo que el mar se enfurece y golpea las rocas que protegen el balneario. A la madrugada todo es silencio y soledad, sólo el mar protesta e imperturbable recuerda a todos que es la única fuerza poderosa e incontenible, que proporciona placer pero también si se le ocurre, graves momentos de dolor. Retornaré a los museos de Valdivia y Los Amantes de Sumpa. Esa es otra historia.

EN UNA CEREMONIA ÍNTIMA

Emilio y Gabriela se casaron en el Palacio Municipal

Los presentadores de televisión Emilio Pinargote y Gabriela Pazmiño Yépez contrajeron matrimonio civil el pasado miércoles 18 de septiembre.

Emilio Pinargote y Gabriela Pazmiño Yépez contrajeron matrimonio civil el pasado miércoles 18 de septiembre, en una ceremonia realizada en el Salón de la Ciudad del Palacio Municipal de Guayaquil.

El acto se realizó pasadas las 15:00. El alcalde Jaime Nebot, junto a un notario, se encargó de tomar juramento a los personajes de la pantalla ecuatoriana, quienes luego firmaron el acta, para posteriormente hacerlo sus testigos, entre las que se encontraba Susana González, excandidata a la Asamblea.

Pazmiño lució su figura en un vestido blanco que tenía un escote que dejaba ver gran parte de su espalda. Luego del tradicional beso de los novios se ofreció un brindis.

La luna de miel será en Las Vegas y en Miami, donde la pareja tomará un crucero. Los presentadores se ausentarán unas dos semanas de las pantallas, indicó una fuente del canal RTS.

Según informaron fuentes cercanas a los novios, Gabriela y Emilio decidieron aplazar la ceremonia eclesiástica para el próximo año, aunque no tiene fecha establecida para el matrimonio por la iglesia.

Gaby y Emilio mantenía una buena relación desde tiempo atrás y decidieron sellar su amor con el matrimonio civil, que es el primer requisito para bendecir su relación con el matrimonio eclesiástico.

El matrimonio "Pinargote Pazmiño" fue retrasmitido en vivo por el programa al cual pertenecen los presentadores, Vamos Con Todo, que puso a más de dos millones de ecuatorianos frente a los televisores para observar la ceremonia civil.

Los presentadores de televisión contrajeron matrimonio civil

Anunciarán a los candidatos de los Grammy durante un concierto

Los premios Grammy, son los más relevantes de la industria de la música.

Los candidatos a la 56 edición de los premios Grammy, los más relevantes de la industria de la música, se darán a conocer durante un concierto que se celebrará el 6 de diciembre en el Teatro Nokia de Los Ángeles (EE.UU.), informó hoy en un comunicado la Academia de la Grabación.

La gala de los Grammy tendrá lugar el próximo 26 de enero en el Staples Center, de Los Ángeles, y será emitida por CBS desde las 20.00 horaS.

"Babel", de los británicos Mumford & Sons, logró la estatuilla al mejor álbum del año en la pasada edición, una ceremonia dominada por la banda de rock The Black Keys con cuatro gramófonos dorados.

Gotye, Skrillex, Jay-Z y Kanye West se llevaron tres premios cada uno, mientras que Frank Ocean, Chick Corea, Esperanza Spalding, Matt Redman y FUN triunfaron por partida doble.

LA TAN ESPERADA PELÍCULA "FAST AND FURIOS 7" SE ESTRENARA EL PRÓXIMO MES DE JULIO

Para el 2014 más taquilleros que nunca

Alrededor de 800 millones de dólares, fue lo que dejó la taquilla del Fast and Furios 6, y se espera que la nueva entrega, supere notablemente la cantidad de millones recaudados.

Durante los últimos días, los principales protagonistas de la tan esperada película "Fast and Furios 7" han lanzado unas cuantas imágenes de lo que será la nueva película taquillera.

Vin Diesel, fue el primero en hacer evidente de lo que se podrá ver en el próximo estreno, junto a sus compañeros en esta ocasión junto a Justin Lin.

El estreno de este film, esta previsto para el próximo 11 de julio del 2014, no está de más mencionar que esta nueva entrega podría conseguir una taquilla impresionante como la de Fast and Furios 6.

Así mismo se dio a conocer que Djimon Hounsou, se integrará al equipo, actor reconocido por sus actuaciones en America y Diamante de Sangre, siendo nominado dos veces a un Oscar, el es el último en integrarse a este rentable grupo de Fast and Furios 7.

Todos los interesados en esta saga automovilísticas, se encuentran al tanto para saber por cada uno de los por menores que presentará esta nueva película en su versión #7.

Los actores promete, impresionar a cada uno de los que se acerquen a observar esta proyección en el 2014, de seguro que todos los aficionados, estarán al pendiente de la información otorgada por los principales actores a traves de las distintas redes sociales.

Se observaran un gran número de nuevas caras. (AAC)

800 millones de dólares, fue lo que dejó la taquilla del Fast and Furios 6

Con tan solo siete añitos

Suri Cruise, no solamente es conocida por ser hija de los actores Katie Holmes y Tom Cruise, sino porque desde sus ya siete años ha incursionado en el mundo del "diseño-junior".

Pues a pequeña niña desde su nacimiento ha marcado tendencias y esto gracias a la ayuda de su madre, quien ha logrado que próximamente lance su primera colección.

Suri, quien ya ha estado en algunas pasarelas, ha demostrado que dentro del mundo infantil, lidera la lista de las mejores vestidas, por tal motivo su primera colección llevará su nombre "SURI".

Los modelos de la primera coleccion seran inspirados en la pureza, a dicho a los medios Suri.

La pequeña diseñadora se encuentra radicada en estos momentos en New York y aunque son solo rumores, se dice que en esta ciudad, se podrán encontrar los primeros diseños de la pequeña fashionista.**(AAC)**

Suri Cruise con tan solo siete incursiona en la moda.

Discutió con la prensa

La mexicana Paulina Rubio y su novio Gerardo Bazúa, propinaron una paliza al fotógrafo Alfredo Tapanes cuando trataba de inmortalizar a la pareja disfrutando de un agradable paseo en bicicleta por Miami (Florida, Estados Unidos) el pasado 4 de septiembre, según asegura el paparazzi al portal TVNotas.com.

"Cuando me marchaba en mi camioneta, a punto de salir de la isla, vi a una mujer en bicicleta que me llamó la atención por su forma de vestir, iba muy deportista pero con un sombrero rosa. Me di cuenta de que era Paulina Rubio, así que la adelanté y aparqué mi camioneta a una buena distancia para que me diera tiempo a bajarme y a hacer unas fotos a Paulina junto a su novio Gerardo", afirmó Tapanes al citado medio.

La pareja, según explica el fotógrafo, reaccionó de forma agresiva ante tal gesto golpeando al paparazzi.

La estrella mexicana volvio a tener un choque con la prensa

DE LOS CINCO CONTINENTES

Diez selecciones alistan maletas para Brasil 2014

Con 10 países clasficados, el Mundial de Brasil va tomando forma, serán 32 selecciones en total las que formen parte de la Copa del Mundo desde el 12 de junio al 13 de julio de 2014.

Restan 263 días para el inicio del mundial Brasil 2014 y el torneo más importante del fútbol tiene hasta el momento diez selecciones clasificadas de forma segura.

La jornada eliminatoria se jugará aún en dos fechas más pero estos equipos ya lograron alcanzar un cupo al torneo mundial de futbol, por su consecución de puntos.

Italia, Holanda, Estados Unidos, Costa Rica y Argentina aseguraron su clasificación en la última fecha que se jugó el pasado 10 de septiembre.

Últimos resultados

El cuadro Italiano le volteó el partido a República Checa y sumó 20 puntos en el grupo B, siete más que Bulgaria y aseguró su pase por el continente europeo.

La "Naranja Mecánica" aseguró su clasificación al vencer a Andorra por 2-0. Los holandeses alcanzaron los 22 puntos y son los líderes del grupo D. Por otro lado, en la Concacaf, Estados Unidos ganó el clásico de la confederación a México y aseguró el pasaje a Brasil al sumar 16 puntos y sacarle ocho puntos de ventaja a los aztecas que por ahora están en zona de repechaje.

El otro clasificado es Costa Rica, que rescató un empate, en Kingston, ante Jamaica. Como se sabe, Argentina es el líder de la tabla sudamericana y el primer clasificado en esta zona del mundo. El cuadro albiceleste goleó a Paraguay por 5-2 en Asunción. Con esto, ya son diez los países clasificados al próximo mundial: Brasil (anfitrión), Japón, Australia, Irán y Corea del Sur (AFC), Italia y Holanda (UEFA), Estados Unidos, Costa Rica (Concacaf) y por Sudamérica esta Argentina (Conmebol).

Argentina, Italia, Holanda, y Estados Unidos, son parte de las 10 selecciones que aseguraron su clasificación en la última fecha

¿Qué está pasando con la selección ecuatoriana de fútbol?

La tricolor debe esperar hasta el 11 de octubre, para medirse ante Uruguay

En cuanto a la selección ecuatoriana de fútbol, luego del empate conseguido en Bolivia se complican las aspiraciones de una clasificación directa.

El empate perjudicó a Ecuador, que necesitaba una victoria para quedar a las puertas de su tercera clasificación a una Copa del Mundo.

Ahora, el equipo del entrenador Reinaldo Rueda suma 22 unidades, por detrás de Argentina, Colombia y Chile.

La tricolor debe esperar hasta el 11 de octubre, para medirse ante Uruguay en el Olímpico Atahualpa por la 17ª fecha.

Los charrúas le vienen pisando los talones al cuadro ecuatoriano, con la misma cantidad de puntos, los tricolores tienen ventaja en el gol diferencia.

Luego de su cotejo en casa con el cuadro uruguayo, los tricolores deben medirse ante la selección chilena, por la última fecha.

La Roja esta ubicada en el tercer lugar, enrrumbándose hacia una clasificación directa, para Brasil 2014.

TRAS SU VICTORIA EN PENALES FRENTE A UZBEKISTÁN

Jordania espera por rival sudamericano

Los jordanos deben esperar que finalice la fase de eliminatoria en Sudamérica para enfrentarse al quinto en la tabla, por la repesca para Brasil 2014.

Jordania clasificó a la repesca ante un rival sudamericano por un cupo al Mundial Brasil 2014 tras su victoria 9-8 por penales tras igualar 1-1 en el partido frente a Uzbekistán, que jugó de local.

El partido se jugó en Tashkent, y terminó igualado con tantos de Ismailov para Uzbekistán y Al Murjan para los jordanos, y siendo 1-1 también el resultado en el partido de ida, determinó el alargue y posteriormente los penales para desempatar la serie.

El partido en Tashkent entre uzbecos y jordanos tuvo tintes de maratón épico, marcado además por una suspensión debido a un problema con la iluminación del estadio.

Jordania luchará ante el quinto clasificado de la CONMEBOL en una eliminatoria a doble partido, el 13 ó 14 de noviembre la ida y el 20 de noviembre la vuelta.

De lograr su clasificación, será la primera vez que Jordania logre llegar a un Mundial, un sueño que quedó trunco para Uzbekistán se quedó de nuevo a las puertas de la repesca intercontinental, como le sucedió en el 2005 ante Barhein.

Jordania cuenta con un equipo integrado en su mayoría por jovenes, la plantilla principal la forman; Amer Sabbah, Mohammad Mustafa, Saeed Al Murjan, Amer Deeb, Ahmad Ibrahim, Oday Zahran, Khalil Bani Ateyah, Anas Bani Yaseen, Musab Al Laham, Mohammad Aldmeiri, Ahmed Saleh.

Jordania elimino a Uzbekistán 9-8 en los penales tras igualar 1-1en los cotejos de ida y vuelta.

En Chile ya se agotaron las entradas

Las entradas para el partido Chile-Ecuador, que se disputará en Santiago el 15 de octubre próximo, en la última jornada del clasificatorio sudamericano para Mundial de Brasil 2014, se agotaron en menos de 20 horas.

En total se vendieron por vía electrónica 35 000 entradas, que se suman a otras 9 500 vendidas hace un par de semanas por la Asociación Nacional de Fútbol Profesional (ANFP), y sólo quedan disponibles los boletos reservados a los hinchas ecuatorianos, que para adquirirlas deben presentar su documento de identidad. De este modo, se aseguró una asistencia de 46 500 espectadores al parido, con una recaudación de 1,6 millones de dólares. El entusiasmo que ha desatado la selección de Chile es debido a sus posibilidades de clasificarse para la cita mundialista del próximo año en Brasil. Todos los chilenos están a la expectativa del partido de su selección frente a Ecuador.

La tricolor confía en obtener un buen resultado en Santiago de Chile.

"El Toño" es el más veloz

La FIFA, a través de diversos estudios computarizados realizados a los diferentes jugadores del mundo, llegó a la conclusión de que el futbolista más veloz en la Actualiadad es Antonio Valencia.

El ecuatoriano que milita en el Manchester United, juega por la banda derecha como volante ofensivo, cuya obligación es ser más rapido que el defensor para poder habilitar a los goleadores.

'Toño', reciente capitán del equipo tricolor, alcanza velocidades hasta 35.1 km/h, en un pique largo, según la FIFA, mientras que el siguiente es Gareth Bale, el fichaje más caro en la historia del fútbol, nueva contratación del Madrid.

Antonio Valencia es el más veloz en el fútbol.

DESDE QUE LLEGO AL EDÉN DE LOS ANDES TRATO DE DAR TODO POR MARCABELÍ

Julio César Mogrovejo: un ilustre marcabelense

Con apenas 20 años de edad, decidió radicarse en Marcabelí, aún tiene presente el 4 de Mayo de 1970, cuando arribo de forma definitiva, para formar parte del equipo de docentes de la escuela "Febres Cordero"

En 1963, Julio César Mogrovejo llego por primera vez a Marcabelí, nunca pensó que en aquella excursión conocería el lugar donde actualmente vive.

Aún recuerda ese año cuando junto a un grupo de amigos; Tito Armijos, Segundo Córdova, entre otros, conoció el "Edén de los Andes".

Con apenas 20 años de edad, decidió radicarse en Marcabelí, aún tiene presente el 4 de mayo de 1970, cuando arribo de forma definitiva, para formar parte del equipo de docentes de la primera escuela del Cantón, la "Febres Cordero".

Con nostalgia nos cuenta como era el edén de los andes en aquella época, "Marcabelí en ese entonces era más pintoresco, a pesar de ser parroquia, las fiestas eran muy buenas, la gente era más unida, las casas de dos pisos eran pocas, la mayoría de construcciones se levantaban con madera y teja, casi todos trabajaban en los cultivos de café, y procesando palma real."

Así es como describe Julio al Marcabelí que lo recibió por segunda y definitiva vez.

El "profe Julio" como le conocen sus alumnos, ha estado presente en todos los acontecimientos de trascendental importancia para el cantón, no se puede hablar de la historia de Marcabelí, sin mencionar el nombre de Julio César Mogrovejo, autor del proyecto de cantonización, impulsador del primer medio de comunicación escrito, realizador del manual "Conozcamos Marcabelí", que mediante una forma didáctica nos ayuda a descubrir y aprender la historia de nuestra tierra.

Julio Mogrovejo, actualmente escribe un libro sobre la historia de Marcabelí.

Julio Mogrovejo nos muestra el proyecto de cantonización de Marcabelí.

Julio viene de un hogar basado en los valores como principio de vida, define a sus padres como muy rectos, la rectitud con la cual lo educaron sus padres es lo que le ayudo a conseguir sus objetivos en la vida.

Actualmente está tramitando su jubilación, lleva 42 años como docente en la escuela "Febres Cordero", donde según sus cálculos ha logrado educar a 2.000 alumnos.

Una vez que deje la docencia ejercerá la abogacía, carrera que está culminando junto a la maestría en gerencia educativa, de las cuales ya se encuentra realizando los trabajos finales de tesis.

Son pocos los que conocen todo lo gestionado por Julio Mogrovejo, para lograr la cantonización. Es oportuno hacer un llamado a las autoridades, a no olvidarnos de quienes a costa de su tiempo y de su propio esfuerzo escribieron las primeras letras de la historia de nuestro pueblo.

Recordando aquella época de la escuela "Febres Cordero", nos despedimos de Julio Mogrovejo, el esposo, el padre, el amigo, el docente ejemplar, que merece pasar a la historia como un ilustre marcabelense.**(VBE)**

A MENOS DE CINCO MESES PARA LAS ELECCIONES SECCIONALES

Alcalde no piensa en la reelección, sino en las obras

A menos de cinco meses para que los ecuatorianos acudamos nuevamente a las urnas, para elegir autoridades seccionales, ya se registra movimiento por parte de los actores políticos.

En las proximas elecciones en Marcabelí, se elegirá Alcalde y cinco concejales, de los cuales cuatro serán urbanos y uno representara a la parroquia rural El Ingenio.

De su lado el actual Alcalde Jorge Carrión, manifestó que no ha pensado aun en la reelección, "esa es una decisión de las bases, no me voy a auto candidatizar, si el pueblo lo pide ahí estaré", Señaló.

Añadió que existen obras que no se han podido hacer, "el coliseo de deportes, el nuevo parque de la madre, la remodelación del mercado y del parque central", es esto lo que le motiva a pensar en una posible reelección, pero enfatizó que su prioridad son las obras, que debe realizar, "la reelección no me quita el sueño", finalizó.

De aceptar la reelección, Carrión dijo estar dispuesto a ir a elecciones primarias, con el representante de Alianza País, debido a la alianza que mantiene el movimiento autónomo regional (MAR), con el oficialismo.

Jorge Carrión, manifestó que no ha pensado aun en la reelección.

Los candidatos

Junto al actual alcalde, varios nombres han sido mencionados como candidatos a esta dignidad, hasta el momento se conoce que el movimiento político CREO y Pachakutik, tendrán su representante en los comicios seccionales del 23 de febrero en Marcabelí, Los candidatos tradicionalmente conocidos, como Galo Valarezo y Efrén Calozuma, no han emitido pronunciamiento alguno, si terciaran o no por la alcaldía.

Extraoficialmente se conoce que el movimiento SUMA, también terciara por las elecciones seccionales en el Marcabelí.

Marcabelí solo elegirá cinco concejales en las seccionales del 2014

Juan Pozo, concejero CNE

En su visita a la provincia de El Oro el coordinador de la zona 4 del consejo nacional electoral, Juan Pablo Pozo, dio a conocer que para el 17 de octubre del año en curso se realizara la convocatoria oficial a elecciones y la posterior inscripción de las diferentes candidaturas hasta el 15 de noviembre, también recalco que las campañas electorales comienzan el 7 de enero y finalizan el 20 de febrero.

A nivel nacional las dignidades a elegirse este 23 de febrero serán aproximadamente 5.680, con respecto al cronograma trazado, Pozo manifestó que ha avanzado sin complicación, así mismo se ha llevado a cabo la socialización de la propuesta recogiendo inquietudes y sugerencias para trabajar en base a ellas.

En el caso de Marcabelí existen muchos "cambios golondrinas", que son gente que vive en otras ciudades, y únicamente acude a votar, con el fin de favorecer a un candidato.

Sin embargo gracias a la campaña "Cambios de domicilios" llevada a cabo por el CNE se logró equilibrar el número de los electores en cada sector, para garantizar que los votantes sufraguen en la circunscripción que le corresponde el día de las elecciones.

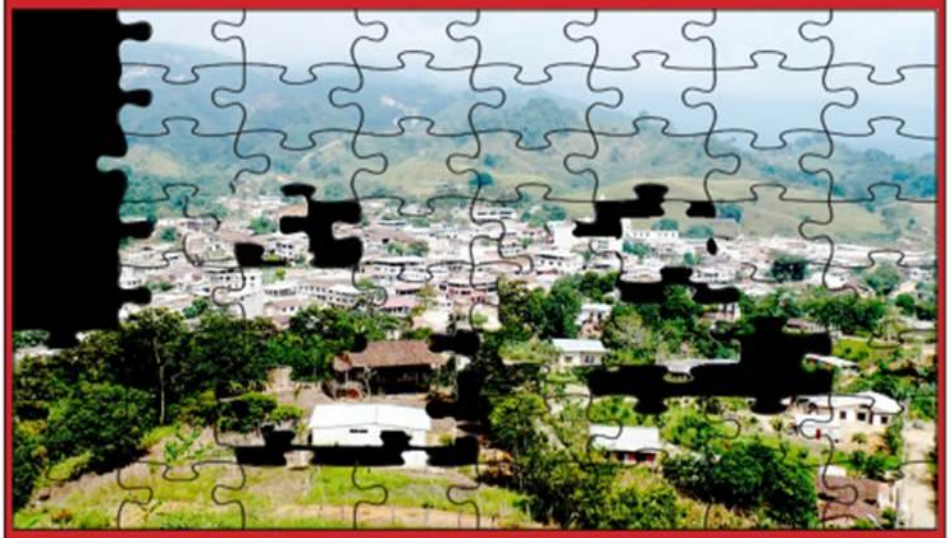
El Dato

Marcabelí elegirá 4 concejales urbanos y uno por la parroquia rural, El Ingenio , el próximo 23 de febrero de 2014.

En las próximas elecciones El Oro, elegirá 14 alcaldes, 60 concejales urbanos y 22 rurales; así como un prefecto y vice prefecto, además de autoridades de los gobiernos parroquiales.**(AFD)**

En las fiestas Marcabelí es tuyo, disfrútalo

Campaña de difusión turística del Cantón Marcabelí promovida por El Altiplano.



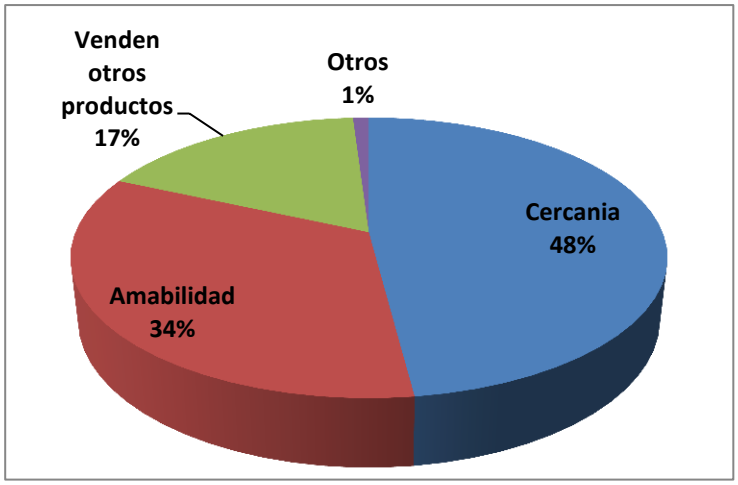
Un elefante y un perro son mejores amigos

Un elefante huérfano llamado Bubbles, que fue rescatado de los cazadores de marfil en África, pasa sus días jugando a la pelota con su amiga Bella, un labrador negro. **(PAG. 11)**

5.4 Plan de circulación

El plan de distribución o circulación está basado en el estudio de mercado previamente realizado, donde logramos identificar que un 48% de compradores de periódico lo hacen por cercanía, mientras que por amabilidad un 34%, y un 17% se guía por la facilidad para adquirir otros productos en los lugares de periódicos.

Tomando en cuenta los dos porcentajes más elevados se realizara el plan de circulación en toda la zona urbana, descartamos la zona rural por el hecho de que el periódico circulara los días domingos, día en el que las personas de las comunidades más alejadas salen a los centros de feria para realizar sus compras. Ubicaremos dos puntos de venta estratégicos, uno en la parada de buses donde se reúnen las personas para regresar a sus destinos, ya sea la parte baja de El Oro, o las comunidades rurales de Marcabelí, el segundo punto estará ubicado en los exteriores del mercado central lugar que congrega gran cantidad de personas de todos los sectores que salen hacer sus compras, y por cercanía al lugar donde ellos están van adquirir el producto sin mayores inconvenientes.



Teniendo en cuenta que la segunda opción por la cual la gente adquiere el periódico es por la amabilidad con la cual es tratada por parte del vendedor, se ha tomado la decisión que en las dos primeras ediciones sea el director general y dos integrantes del equipo de colaboradores, Tania Parraga, y María Eugenia Bravo, para despejar las dudas de quienes no conozcan el porqué del nuevo medio de comunicación.

Desde la tercera edición, el periódico se distribuirá por parte de tres "canillitas", uno que recorrerá la zona céntrica y los otros dos estarán ubicados en los lugares estratégicos; parada de buses y mercado central.

El plan de distribución se ejecutara de acuerdo al siguiente detalle.

Primera Edición, Domingo 22 de Septiembre				
Lugar	**Cantidad**	**Precio**	**Total**	**Responsable**
Parada de buses	480 periódicos	0,50	240,00	Tania Parraga, María Bravo
Mercado Central	500 periódicos	0,50	250,00	Víctor Bravo
Cortesía	20 periódicos	0	0	Víctor Bravo
TOTAL	1.000	TOTAL	490,00	

Segunda Edición, Domingo 28 de Septiembre				
Lugar	**Cantidad**	**Precio**	**Total**	**Responsable**
Parada de buses	480 periódicos	0,50	240,00	Tania Parraga, María Bravo
Mercado Central	500 periódicos	0,50	250,00	Víctor Bravo
Cortesía	20 periódicos	0	0	Víctor Bravo
TOTAL	1.000	TOTAL	490,00	

Desde la tercera edición El Altiplano será distribuido mediante las personas dedicadas a la venta de periódicos en Marcabelí, entregándoles el producto a un costo de 0,45 centavos, para una reventa a 0.50 centavos de dólar, con el fin de no disminuir clientes el periódico mantiene el mismo precio al utilizar revendedores.

Tercera Edición, Domingo 6 de Octubre				
Lugar	**Cantidad**	**Venta**	**Reventa**	**Responsable**
Distribuidor 1 (Mercado Central)	350	0,45	0,50	Johana Merino
Distribuidor 2 (Parada de Bus)	350	0,45	0,50	Guísela Aguilar
Distribuidor 3 (Recorrido Urbano)	280	0,45	0,50	Mariana Córdova
Cortesía	20 periódicos	0	0	Víctor Bravo
TOTAL	**1.000**	**445,00**	**490,00**	

Mediante el plan de distribución se busca llegar a la mayor cantidad de compradores de periódicos, con una perspectiva de aumentar el tiraje y los lugares para distribuirlo.

CONCLUSIONES

El periodismo impreso es sin duda alguna es la herramienta más efectivas para comunicar a las masas. Hoy en día existen una gran cantidad de diarios en nuestro país, pero son pocos los que han logrado mantenerse en un determinado nivel de aceptación del público, lo que los convierte en los diarios más representativos del Ecuador, como es el caso de diario El Telégrafo, El Universo, Hoy, El Comercio, La Hora, Extra, y El Mercurio de Cuenca.

Los periódicos mantienen su esencia en la noticia, en el hecho de informar lo sucedido, pero no todo se puede llamar noticia dentro del contenido de un periódico, de ahí la importancia de clasificar y dividir los géneros periodísticos. Cada uno tiene identificación propia en el caso de los géneros informativos su fin es informar, mientras que los de opinión como su nombre lo indica son la opinión, puede ser del medio, o de un periodista. Otro de los géneros de análisis son los interpretativos, que no son otra cosa más que un punto de vista de quien redacta, pero no podemos olvidarnos de la importancia de la fotografía dentro del periodismo, dicha relevancia la convierten en un género más.

Debemos tener presente también los componentes de un periódico, si bien es cierto que el contenido es importante, pero más importante es cómo se cuenta, cómo organiza dentro de la hoja del medio impreso. No debemos olvidar la tipografía, el número de columnas que vamos a utilizar y las secciones.

Nunca puede surgir un nuevo medio de comunicación sin un estudio previo de mercado, no olvidemos que un medio también es una empresa, debemos saber cómo se va a financiar, de dónde vamos a conseguir la información, y tener claro cómo queremos que sea nuestro producto.

Según el estudio de mercado realizado para el presente trabajo, Marcabelí necesita de manera urgente un medio de comunicación para mantener

informados a los habitantes de los hechos noticiosos suscitados en el ámbito local. En Marcabelí debido a la poca cantidad de habitantes no es factible un Diario, pero sí un semanario que recoja la información de los siete días.

La información que se debe publicar en un semanario tiene que abordar hechos que no pierdan relevancia, no se puede publicar información que otros medios ya la hayan presentado e incluso ya no dan seguimiento a esos temas, por ende, dentro de un semanario la información que se aborde debe ser de interés y que tenga vigencia.

Cuando se cumple todo el proceso para crear y diagramar un medio impreso, no se puede olvidar el plan de circulación, con este plan sabremos cómo lo vamos a distribuir, hacia donde y a qué sectores queremos llegar.

RECOMENDACIONES

Los medios impresos deben estar cambiando periódicamente, los lectores tienden a cansarse de ver y leer siempre lo mismo, se debe encontrar la manera para que estos se reinventen sin perder su esencia identificativa, más imágenes y menos textos es una buena alternativa.

En la composición de un periódico los diagramadores deben tener presente la regla de balancear el texto y las imágenes, deben anotar siempre que la tipografía también es importante dentro del periódico, no es lo que se dice si no como se lo dice.

Si alguien pretende crear un medio de comunicación no se puede aventurar a si a la gente le va a gustar o no el nombre, para evitarse todos esos inconvenientes, se debe aplicar obligatoriamente el Briefing, con el fin de saber los gustos, preferencias y conocer a exactitud el mercado al cual nos estamos enfocando.

Se debe aplicar inmediatamente el proyecto, es decir luego del estudio de mercado se demostró que Marcabelí si necesita un medio de comunicación y por ende el proyecto es factible por lo que El Altiplano debe ponerse en marcha.

Al momento de publicar información en un semanario hay que tener presente el concepto de actualidad, para no llenar las hojas del periódico con información irrelevante, así también, se debe crear un plan de circulación.

FUENTES DE CONSULTA

Atorresi, A. (1995). *Los géneros periodísticos.* Buenos Aires: Colihue S.R.L.

Bizcarrondo, G. y Urrutia, H. (2010). *Escribir y Editar: Guía práctica para la redacción y edición de textos.* Deusto: Universidad de Deusto.

Blázquez, N. (2000). *El desafío ético de la información.* España: San Esteban.

Camacho Markina, I. (2010). *La especialización en el periodismo.* Sevilla, España: Comunicacion Social.

Castellanos, U. (2004). *Manual de Fotperiodismo.* México: Universidad Iberoamericana, A.C.

de la Peña, I. y otros. (2008). *Ensayo sobre fotografia documental.* Mexico: Siglo XXI editores, S.A de C.V.

Diario El Comercio . (Septiembre de 2013). *www.elcomercio.com* . Obtenido de www.elcomercio.com .

Escalante Monroy, G. D. (2007). *Lecturas y escritura del hábitat construido.* Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

Freeman, M. (1991). *El estilo en Fotografia.* España: Hermann Blume.

Galàn, J. (2002). *El Discurso de las imágenes .* Quito : Abya Yala .

Garcia, V. y Gutiérrez, M. (2011). *Manual de Géneros Periodísticos.* Bogotá: ECOE Ediciones.

Gil, R. (1993). *Periodismo: Historia y teoría.* Barcelona : CLIE.

Grijelmo, Á. (1997). *El estilo del periodista.* Madrid : Taurus.

Jorquez, D. J. (2007). *Discurso e información Estructura de la Prensa Escrita* (Segunda ed.). Cadiz, España : Servicio de Publiciaciones de la Universidad de Cadiz.

Langford, M. (2001). La fotografi paso a paso. España: Hermann Blume Ediciones .

López García, X. (2004). *Desafíos de la Comunicación Local.* Sevilla, España : Comunicación Social S. C.

Magal Royo, T. y otros. (2006). *Reproducción Multimedia.* España: Universidad Politécnica de Valencia.

Manfredi Mayoral, J. L. (2000). *Manual de producción periodística.* España: MAD.

Marín, C. (2004). *Manual de periodismo.* Mexico, D.F.: Random House Mondadori, S.A. de C. V.

Martínez Hernández, M. (2006). *Taller de Lectura y Redacción.* México : Pearson Educación.

McLean, R. (1993). *Manual de Tipografia .* España: Hermann Blume.

Ministerio de Educación. (2009). *El artículo y la columna.* España: Secretaría General Técnica.

Ministerio de Educación. (2011). *La diagramación del periódico.* España: Secretaría General Técnica.

Ministerio de Educación de España. (2009). *El editorial, el suelto y la crítica.* España: Secretaría General Técnica.

Ministerio de Educación, E. (2009). *La Noticia y El Reportaje.* España: Secretaría General Técnica.

Ministerio de educación. (2008). *El Periodico.* España: Secretaría General Técnica.

Padrón, J. N. (2004). *Los Géneros Literarios y Periodísticos.* Tepic, Nayarit: Universidad Autónoma de Nayarit.

Pena de Oliveira, F. (2006). *Teoría del Periodismo.* Sevilla: Comunicación Social S.C.

Pérez, O. (19 de Junio de 2013). Periodista. (V. F. Bravo, Entrevistador)

Piñeiro, A. A. (2006). *Enciplopedia de Periodismo* (Primera ed.). Buenos Aires, Argentina : Valleta Ediciones S.R.L.

Salaverría, R. (2005). *Cibermedios: El Impacto de Internet en Los Medios de Comunicación en España.* Sevilla, España : Comunicación Social S. C.

Sánchez Perez, A. (2005). *Taller de Lectura y Redacción.* España: THOMSON.

Santibáñez, A. (1995). *Periodismo Interpretativo.* Santiago de Chile: Andres Bello.

Sohr, R. (1998). *Historia y Poder de la Prensa.* Santiago de Chile: Andres Bello.

Sontag, S. (2006). *Sobre la fotografía.* Buenos Aires: Alfaguara.

Telégrafo, E. (30 de Abirl de 2013). *El Telégrafo* . Recuperado el 30 de 2013 de 2013, de El Telégrafo : www.eltelegrafo.com.ec/quienes-somos.html

Tello, N. (1998). *Periodismo Actual .* Buenos Aires: Ediciones Colihue S.R.I.

O`Guin, T. (2006). *Publicidad y comunicación integral de marca* (Cuarta ed.). México D.F. : Thomson.

Troyano Guzman, H. (1993). *Periodismo cultural y cultura del periodismo.* Colombia: Andres Bello.

Varios autores. (2009). *Proyecto mediascopio prensa.* Madrid, España : Cide Mediascopio.

Villamar Borda, C. J. (2004). *La pasión del periodismo.* Colombia: Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.

Villamizar Durán, G. (2005). *Teoría y Práctica de la Radio.* Venezuela: CEC, SA.

Vivaldi, G. M. (2006). *Curso de Redacción: Teoría y Práctica de la Composicióny del Estilo.* España: THOMSON.

Yubero Jimenes y otros, S. (1996). *El desafio de la comunicación social.* España: Universidad de Castilla - La Mancha.

Zabala Ruiz, R. (2006). *El libro y sus orillas.* México: D.R. Universidad Nacional Autónoma de México.

Zepeda, B. (2009). *Ecuador: relaciones exteriores a la luz del bicentenario.* Quito: FLACSO, Sede Ecuador.