



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN



COMUNICACIÓN SOCIAL

DOCUMENTO PROBATORIO
DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

DISEÑO DE LA PORTADA Y LA COMERCIALIZACION DEL
DIARIO “LA HORA” EN EL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2019

AUTORA:

RAQUEL FELISA QUIMIS PEÑAFIEL

TUTOR:

LCDO. CAMPOVERDE DIAZ JAIME NIXON Msc.

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR

2020



COMUNICACIÓN SOCIAL

RESUMEN

El presente proyecto investigativo denominado dimisión escrita del examen complejo abarcara un tema de mucha relevancia en cuanto al diseño de la portada en la comercialización del diario “La Hora” en la ciudad de Quevedo específicamente, abordando aspectos importantes como el diseño, contenidos, imágenes, cuerpo estructura y dimensiones de la misma

Para el desarrollo de la investigación se contará con la estructura o cuerpo del proyecto detallada de dos capítulos en los cuales se desplegaran el respectivo marco metodológico, en el cual se definirá el tema del caso a tratar, seguido del planteamiento del problema, además se planteará el tema general con su respectiva justificación además se formularán de manera muy acertada el objetivo general seguido de los específicos, para encaminar el proceso de la investigación.

Además, durante el desarrollo de la investigación se plantearán posibles soluciones para la problemática hallada durante la indagación de campo obtenida a través de las encuestas realizadas a la ciudadanía Quevedeña así como también a las personas que laboran en el diario La Hora de la ciudad de Quevedo, además se generaron las respectivas conclusiones y recomendaciones para dar por finalizado el proyecto de investigación alcanzando los objetivos planteados en beneficio de las partes involucradas en el caso.

Palabras claves: Comunicación, Medios, Diseño, Estructura, Comercialización, Portada



COMUNICACIÓN SOCIAL

SUMMARY

The present research project called written resignation of the complex exam will cover a topic of great relevance in terms of the design of the cover in the commercialization of the newspaper “La Hora” in the city of Quevedo specifically, addressing important aspects such as design, content, images, body structure and dimensions of it

For the development of the research there will be the structure or body of the detailed project of two chapters in which they will deploy the respective methodological framework, in which the subject of the case to be treated will be defined, followed by the approach of the problem, it will also be raised The general theme with its respective justification will also be formulated in a very correct way the general objective followed by the specific ones, to direct the investigation process.

In addition, during the development of the investigation, possible solutions for the problem found during the field inquiry obtained through the surveys carried out to the citizens of Quevedeña as well as to the people who work in the newspaper La Hora de la ciudad de Quevedo In addition, the respective conclusions and recommendations were generated to terminate the research project reaching the objectives set for the benefit of the parties involved in the case.

Keywords: Communication, Media, Design, Structure, Marketing, Cover

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
1 Desarrollo	2
1.1 Justificación	2
1.2 Objetivo	3
1.2.1 Objetivos Específicos.....	3
1.3 Fundamentación teórica	3
1.3.1 Antecedentes históricos del diario “La Hora”	3
1.3.2 Características de los medios impresos.....	4
1.3.3 La ética de los medios de comunicación.....	5
1.3.4 Estructura de un diario La Hora	6
1.3.5 Diseño de la portada del diario La Hora	6
1.3.6 Postura de la Ley Orgánica de Comunicación en cuanto a la difusión de contenidos	7
1.3.7 Deontología del Diario La Hora.....	7
1.3.8 Comercialización del diario “La Hora”	8
1.4 Hipótesis	8
1.5 Técnicas aplicadas para la recolección de la información	9
1.5.1 Método Cualitativo	9
1.5.2 Método Cuantitativo	9
1.6 Tipos de Investigación	9
1.6.1 Descriptiva	9
1.6.2 Analítica	9
1.7 Resultados obtenidos	10
1.8 Muestra	10
1.9 Conclusiones	15

1.10	Recomendaciones.....	15
2	Bibliografía.....	16

INDICE DE CUADROS

Cuadro # 1 Representación estadística de la Muestra obtenida.....	10
Cuadro # 2 ¿Consume a diario usted cotidianamente el diario “La Hora”?.....	11
Cuadro # 3 Acerca de la portada del diario en cuanto a sus contenidos.....	12
Cuadro # 4 Está usted de acuerdo con una renovación de la portada del diario la hora?...	13

INDICE DE FIGURAS

Figura # 1 Representación Grafica de la Muestra	10
Figura # 2 ¿Consume a diario usted cotidianamente el diario “La Hora”?	11
Figura # 3 Acerca de la portada del diario en cuanto a sus contenidos	13
Figura # 4 Está usted de acuerdo con una renovación de la portada del diario la hora.....	13
Figura # 5¿Considera que debe de mejorar la comercialización del diario?	¡Error!
Marcador no definido.	
Figura # 6 Está usted de acuerdo con una renovación de la portada del diario la hora	¡Error! Marcador no definido.

INTRODUCCIÓN

Con la siguiente investigación se buscará tener las bases necesarias para mejorar la portada de uno de los diarios más importantes de la ciudad de Quevedo, buscando que de esta manera dar una nueva imagen física que mejorará significativamente la apariencia y de esta manera ser más atractivo para sus consumidores y acaparar a más personas que quieran informarse con este medio de comunicación impreso. De esta forma se podrá dar el impulso necesario a la comercialización de diario teniendo en cuenta aspectos importantes como la calidad, la presentación física, y los contenidos adecuados cumpliendo los parámetros de ley, éticos y deontológicos.

Para el hecho de comunicarse desde la antigüedad los seres humanos han utilizado la pluma y el papel para dar a conocer sentimientos y acontecimientos a otras personas a través de cartas y comunicados que redactaban a mano, que con el pasar de los años fue evolucionando hasta lo que es hoy en día la prensa escrita la misma que durante mucho tiempo se convertiría en el medio de comunicación por excelencia y tenía el cien por ciento de acogida, dado a los buenos hábitos de lectura que se cultivaban en las personas desde muy temprana edad, además de la carencia de medios tecnológicos para informarse, a diferencia de en la actualidad que puedes obtener toda la información que desees al alcance de un clic.

El presente proyecto investigativo tendrá su aplicación en la ciudad de Quevedo para lo cual se investigará el diario “La Hora” que circula de la ciudad, medio de comunicación que cuenta con gran acogida y popularidad entre los quevedeños, en los sectores aledaños.

El proyecto estará comprendido de dos capítulos detallado a continuación.

Capítulo I.- Este capítulo el tema caso de estudio, con su respectivo planteamiento del problema, teniendo en cuenta la debida justificación del caso, además de fijar los objetivos que se precisan alcanzar, apegado a la respectiva fundamentación teórica, hipótesis, y metodologías que se aplicaran en la investigación.

Capítulo II.- Detallaremos componentes muy importantes para el desarrollo de la investigación como los resultados de la investigación, con el respectivo desarrollo de caso

DESARROLLO

1.1 Justificación

La presente investigación surgió a partir de la necesidad de buscar darle otro punto de vista al diario la Hora dado que la ciudadanía mostraba en los últimos tiempos poco interés, debido a la misma imagen monótona que presentaban en su portada y no generaban captar el interés de sus consumidores.

Por este motivo se busca desarrollar una nueva imagen para la portada del diario La Hora, basándose principalmente en mejorar la forma de dar a conocer los contenidos que en este espacio se transmiten, procurando no adentrarse en el sensacionalismo, ni tampoco caer en la vulgaridad poco ética para este tipo de medios de comunicación, buscando resaltar valores y principios manteniendo la esencia característica del medio de comunicación.

De esta manera se podrán plantear objetivos a mediano y largo plazo que dinamicen la comercialización del diario, generando desde este punto un crecimiento substancial en ventas y acaparando una mayor audiencia de lectores que se interesen por informarse a través de este medio.

1.2 Objetivo

Determinar la incidencia del diseño de la portada en la comercialización del diario la hora en el cantón Quevedo

1.2.1 Objetivos Específicos

- Establecer los parámetros adecuados para mejorar los contenidos de la portada del diario “La Hora “en la ciudad de Quevedo.
- Analizar los mecanismos adecuados para una mejor comercialización se alcanzar las metas de venta dentro del cantón.
- Desarrollar un diseño acorde a las exigencias del medio de comunicación para mejorar la imagen de la portada del diario en beneficio de la ciudadanía Quevedeña.

1.3 Fundamentación teórica

1.3.1 Antecedentes históricos del diario “La Hora”

Fue un 23 de agosto de 1982 cuando Galo Martínez Merchán (primer fundador) llegó con esta propuesta que se instaló en la capital con un personal calificado y de renombre, el cual dejaría registrado el sello de un periodismo alternativo y serio.

Según la fuente del diario La Hora (2010), el mismo tiene 37 años de fundación, en esa época a cargo de su precursor Galo Martínez Merchán, que se ubico en quito la capital del Ecuador, dejando periodismo formal y sensato.

El periódico, en su génesis, era vespertino, salía a la venta a las 18:00, luego a las 17:00, 16:00, 15:00, 12:00 hasta llegar a ser, con el tiempo, matutino. Se repartía sólo en la capital, avanzando a ciertas parroquias como El Quinche, Sangolquí y después, el mismo de Quito, a Imbabura y Carchi.

En el reconocido periódico, surgió cambios trascendentales en sus horarios, así como en su evolución. En sus inicios se distribuía a ciertas parroquias de la capital, y luego en un determinado tiempo a toda la ciudad, y en la actualidad a todo el país, **(La Hora, 2010)**.

1.3.2 Características de los medios impresos

Los medios de comunicación impresos tradicionales son las revistas, los diarios o periódicos e incluso los libros y enciclopedias. Los dos primeros, los más comunes, son medios de información y publicidad. Todos pasan por un proceso de edición e impresión.

Estos medios de comunicación impresos, son todo un legado de la antigüedad, pues las culturas milenarias divulgaban su vida, leyes y costumbres en códigos, papiros y hasta jeroglíficos. **(Fernandes, 2018)**

1.3.2.1 Ventajas y desventajas del diario La Hora

Los medios impresos tienen ventajas y algunas desventajas, cada vez más pronunciadas para los anunciantes y todo el que muestre interés en divulgar información en ellos. Producto del avance significativo que en los últimos años han tenido los medios digitales, el mercadeo en línea y las redes sociales.

Algunas ventajas:

- Poseen gran movilidad
- Guardan un orden exhaustivo
- Poseen un mercado cautivo y un número de lectores asegurado
- Su periodicidad permite planear, mantener y modificar estrategias por un tiempo específico.
- En el caso de las revistas, son especializadas y hay tantas como gustos de los consumidores
- Los diarios en su afán de permanencia, han reducido sus tiempos de edición y difusión a menos de un día, incluso horas.

Ciertas desventajas:

- Son costosos, en comparación con los medios digitales
- La calidad de impresión puede ser deficiente
- Saturación de anuncios que compiten por el contenido editorial
- ¡El lugar cuenta! y para ganar visibilidad hay que invertir mas
- Los tiempos de impacto de los anuncios son bajos, en especial en los diarios
- En el caso de la revista hay fuerte competencia, **(Fernandes, 2018)**.

1.3.3 La ética de los medios de comunicación

La responsabilidad de la comunicación comienza en la emisión de un mensaje explícito e implícito. Las emisiones se complejizan con la imagen. La preocupación de la imagen pervierte a menudo las preocupaciones éticas en las elecciones. Se pueden evocar los problemas financieros, económicos, políticos, pero muy rara vez las cuestiones éticas. La paradoja está en que a medida que aumentan las grandes inversiones en los Media aumenta la mediocridad en las emisiones y desaparecen los programas difusores de cultura y por supuesto, reflexivos sobre la ética.

Según el autor Álvarez (2008), como parte de la ética se comprende que el mensaje que transmiten los medios de comunicación debe ser claro, conciso y adecuado, sobre todo en las imágenes, que con sus contenidos en ciertos casos se desintegra de las líneas de la ética. Muchas veces se dejan llevar por los grandes ingresos en sus medios, dejando de lado la misión de educar para el crecimiento del desarrollo social y cultural.

Dejar atrapada a la comunicación en el campo de la persuasión o del convencimiento es escapar a los principios de ética. Cuando el único fin es seducir y persuadir al receptor de permanecer en el canal, encadenarlo al medio, estamos fuera de la ética. En este contexto, la ética está siendo aplastada junto con todos los derechos del consumidor. No podemos caer en la creencia de que todos los medios son buenos para persuadir o de creer que la persuasión es un acto bueno en sí. Las vías para convencer han de ser discutidas desde el punto de vista de la ética.

Se comprende que uno de los enemigos de la ética es el convencimiento encaminado al soborno, dejando de lado los principios éticos, que un profesional debe

respetar pese a las situaciones difíciles que suceden en los medios de comunicación donde laboran. La persuasión es un arma de doble filo, hasta cierto punto se debe ejercer, pero no confundirse y dejar los principios del profesional englobado en la ética, (**Álvarez, 2008**)

1.3.4 Estructura de un diario La Hora

Se encuentra distribuido a través de módulos dispuestos en el espacio reticular a manera de columnas y filas y que estos permiten ubicar la información conforme el contenido que se desea publicar, de la misma forma, mantienen ciertos estándares aunque no obligatorios pero si generalmente utilizados en formatos de tamaño, por ejemplo, existe el formato berlinés que es el más usado seguido del tabloide cuyas medidas permite utilizar los espacios de trabajo de entre 5 y 6 columnas frente a 10 filas respectivamente, dentro de la estructura del periódico también cabe mencionar el uso de sangrías desde los cuatro ejes generando espacios de oxigenación que es donde el lector ubica las manos para dar soporte al sustrato, (**Proaño, 2018**).

1.3.5 Diseño de la portada del diario La Hora

La primera página de cualquier periódico (sobre todo si se trata de un periódico de referencia mundial) suele ser siempre la más cuidada, pues es el reflejo del resto. Se puede afirmar que los diferentes elementos informativos y expresivos incluidos en las primeras páginas de los diarios ofrecen principios básicos de la línea editorial de un periódico, e incluso su tendencia ideológica, influyendo notoriamente en la formación de la opinión pública.

Esta línea editorial se presenta claramente en la selección de temas, en el tratamiento de los mismos, en la importancia otorgada a cada uno y en la presentación formal de los contenidos. De esta manera comprendemos que la portada es el elemento o apartado de un diario que más nos dice de éste sin siquiera leerla. Basta con observar rápidamente una portada para saber si se trata de una publicación sensacionalista o de calidad, (**Alvarado, 2008**).

1.3.6 Postura de la Ley Orgánica de Comunicación en cuanto a la difusión de contenidos

Art. 60.-Identificación y clasificación de los tipos de contenidos. - Para efectos de esta Ley, los contenidos de radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifican y clasifican en:

1. Informativos -I;
2. De opinión -O;
3. Formativos/educativos/culturales -F;
4. Entretenimiento -E;
5. Deportivos -D; y,
6. Publicitarios -P.

Los medios de comunicación tienen la obligación de clasificar todos los contenidos de su publicación o programación con criterios y parámetros jurídicos y técnicos.

Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios deben identificar el tipo de contenido que transmiten; y señalar si son o no aptos para todo público, con el fin de que la audiencia pueda decidir informadamente sobre la programación de su preferencia.

Los medios de comunicación deben utilizar el sentido común al reconocer el tipo de contenido a transmitir, y deducir si son aptos para toda audiencia, para que la ciudadanía pueda fijarse en qué tipo de programación consumirán, (SITEAL, 2018).

1.3.7 Deontología del Diario La Hora

La Hora es un medio de comunicación que se esfuerza por respetar y defender los derechos del ser humano. A parte de regirse a las leyes del país, este medio tiene sus propios valores que es un reglamento indispensable para todos los que forman parte de esta noble empresa.

El diario la hora es caracterizado por defender la verdad, como lema representativo del mismo. Es inherente la responsabilidad, objetividad, el compromiso, fidelidad, honestidad, respeto, tolerancia, generosidad, optimismo, solidaridad, humanista, en todo nuestro trayecto tanto para la comercialización de este producto (periódico) y al momento del trabajo de campo.

1.3.8 Comercialización del diario “La Hora”

Diario LA HORA a pesar de ser uno de los más jóvenes del país, fundado en 1983, se ha posicionado en todo el Ecuador, y es junto a otros tres diarios los que mayor cobertura nacional mantiene. Tiene un tiraje entre 80 mil y 85 mil ejemplares, según el día, con circulación a nivel nacional.

Se entiende según La Hora (2003) la circulación es diario ha tenido un progreso grande a pesar de tener menos edad de los medios nacionales, cuenta con una gran cobertura en el Ecuador, sin embargo es importante adquirir siempre estrategias para su comercialización, con el objetivo de fidelizar a los consumidores, y tener nuevos, por lo que no todos adquieren este producto y es indispensable para generar más ganancias y nuevos espectadores.

Eso indica un informe de Centro de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal), firmado por su director general Edgar Jaramillo. LA HORA adicionalmente, mantiene diez oficinas regionales en las provincias de: Carchi, Imbabura, Pichincha (Quito y Santo Domingo de los Colorados), Tungurahua, Esmeraldas, Los Ríos, Manabí, Loja y Zamora Chinchipe, **(La Hora, 2003)**.

1.4 Hipótesis

Determinando la incidencia de un nuevo diseño de la portada y la comercialización del diario “La Hora” en el cantón Quevedo, y el impacto que genera en sus habitantes se mejorar la imagen y marketing del diario.

1.5 Técnicas aplicadas para la recolección de la información

Para el desarrollo del presente proyecto de investigación del documento probatorio del examen complejo, se enmarcará la metodología en dos aristas, cualitativa y cuantitativa, donde desplegaremos la temática del diseño de la portada y la comercialización del diario “La Hora” en el cantón Quevedo.

1.5.1 Método Cualitativo

Este método conlleva el entendimiento del pensamiento de las personas involucradas acerca del tema, además de sus criterios que puedan tener con respecto al cambio o rediseño que pueda realizarse en la portada del diario y las estrategias que podrían plantearse para mejorar su comercialización.

1.5.2 Método Cuantitativo

Con la aplicación de este método podremos representar la información recabada estadísticamente, interpretándola en gráficos y cuadros estadísticos, a partir de las encuestas realizadas a una muestra de habitantes de la población de la ciudad de Quevedo, desarrollando un banco de preguntas cerradas para una óptima recopilación de la información.

1.6 Tipos de Investigación

1.6.1 Descriptiva

A través de este tipo de investigación obtendremos información mediante la aplicación de las encuestas que se aplicaran a los moradores del sector además de los colaboradores del diario La Hora.

1.6.2 Analítica

Con esta investigación se podrá interpretar de manera objetiva toda la información obtenida a través de representaciones estadísticas, y de esta manera tendíamos las bases necesarias para un correcto análisis enfocado a dar solución a la problemática.

1.7 Resultados obtenidos

Para el desarrollo de este proyecto de investigación cuya temática es diseño de la portada del diario La Hora y su incidencia en la comercialización del mismo, se tendrá como objeto de estudio a los habitantes del cantón Quevedo, provincia de Los Ríos, constando con una población de 196,771 habitantes, por lo cual se determinará que es una población perfectamente cuantificable y de carácter finito.

1.8 Muestra

Para efectos de la investigación se determinará la muestra con la cual se desarrollará el trabajo de campo aplicando la formula convencional que cumpla los parámetros idóneos cuya aplicación arrojo un numero de 399 personas incluido las personas que laboran para el diario la Hora cuyo número es 54 colaboradores, este dato resultante será reflejado mediante gráficos y cuadros estadísticos

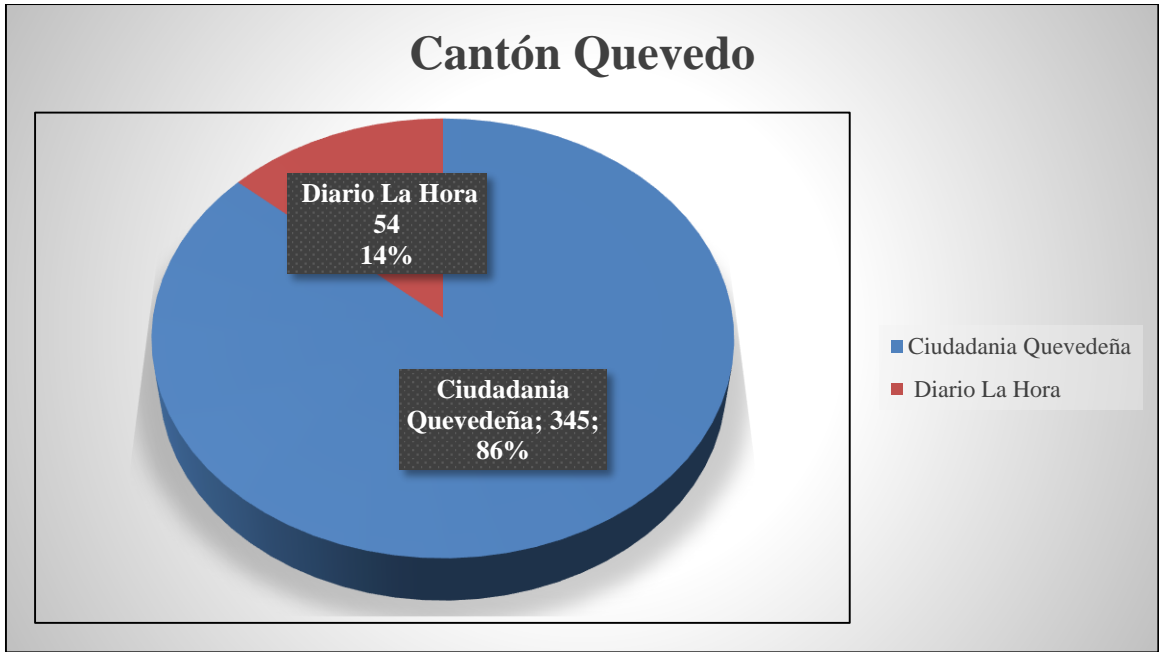
Cuadro # 1 Representación estadística de la Muestra obtenida

Cantón Quevedo	MASCULINOS	FEMENINOS	TOTAL
Ciudadanía Quevedeña	189	156	345
La Hora	36	18	54
Total			399

Fuente: Ciudadanía Quevedeña

Realizado por: Raquel Felisa Quimis Peñafiel

Figura # 1 Representación Grafica de la Muestra



Fuente: Ciudadanía Quevedeña
Realizado por: Raquel Felisa Quimis Peñafiel

Pregunta – 1: ¿Consumen a diario usted cotidianamente el diario “La Hora”?

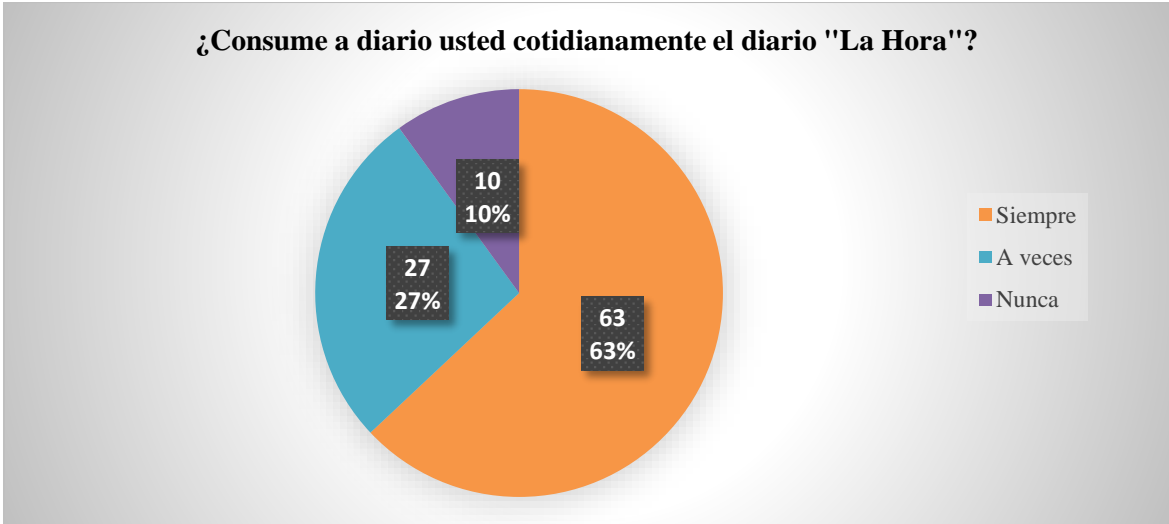
Cuadro # 2 ¿Consumen a diario usted cotidianamente el diario “La Hora”?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	63	63%
A veces	27	27%
Nunca	10	10%
TOTAL	100	100%

Fuente: Ciudadanía Quevedeña
Realizado por: Raquel Felisa Quimis Peñafiel

Figura # 2 ¿Consumen a diario usted cotidianamente el diario “La Hora”?

¿Consumen a diario usted cotidianamente el diario "La Hora"?



Fuente: Ciudadanía Quevedeña

Realizado por: Raquel Felisa Quimis Peñafiel

Análisis e Interpretación: Acerca del consumo del diario “La Hora” indagando mediante encuesta aplicada a la ciudadanía Quevedeña se logró constatar que el 63% de los encuestados consumen el diario la hora de forma cotidiana, un 27% de ello que solo a veces compran el diario, y un 10% que nunca compra el diario, evidenciando una tendencia favorable en cuanto al consumo del diario “La Hora”, pero sin dejar de lado el porcentaje considerable de los menos frecuentes y los que nunca compran, para con estas bases tomar decisiones acertadas de cada caso.

Pregunta – 2: ¿Cree usted que los diseños de la portada del diario, actualmente contienen más contenidos morbosos?

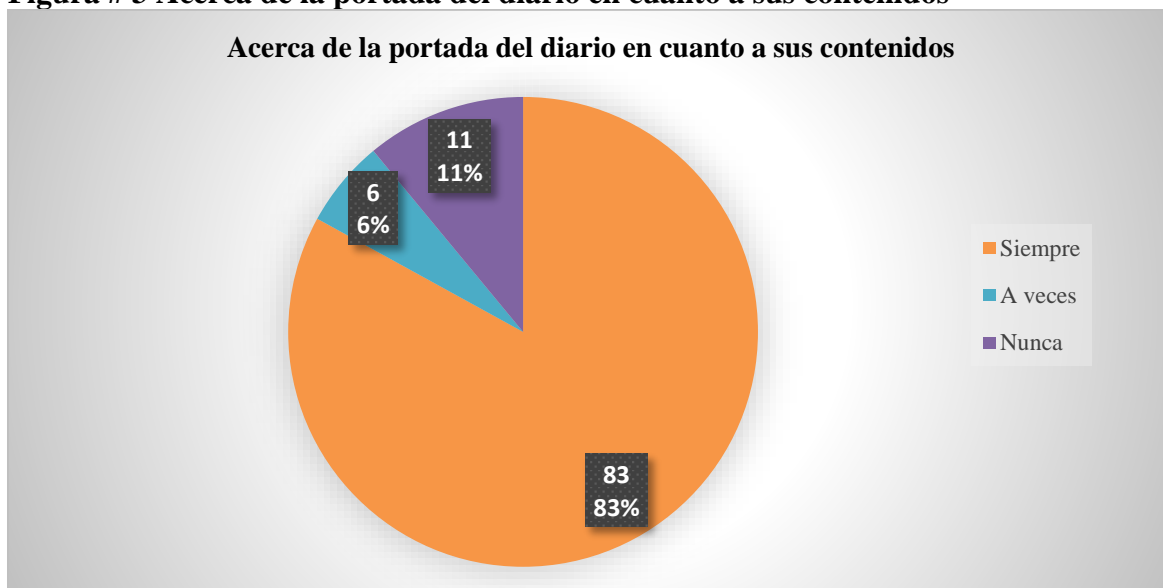
Cuadro # 3 Acerca de la portada del diario en cuanto a sus contenidos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	83	83%
A veces	6	6%
Nunca	11	11%
TOTAL	100	100%

Fuente: Ciudadanía Quevedeña

Realizado por: Raquel Felisa Quimis Peñafiel

Figura # 3 Acerca de la portada del diario en cuanto a sus contenidos



Fuente: Ciudadanía Quevedeña

Realizado por: Raquel Felisa Quimis Peñafiel

Análisis e Interpretación: Interpretando los datos obtenidos se logró determinar que el 83% de los encuestados manifestaron que los contenidos de la portada no son adecuados, un 6% de ellos acotaron que a veces son contenidos morbosos y finalmente el 11% determinaron que nunca son de esta manera; para lo cual se establecerán los correctivos necesarios debido al alto porcentaje de encuestados que manifestaron no estar de acuerdo con los contenidos de la portada del diario.

Pregunta – 3: ¿Está usted de acuerdo con una renovación de la portada del diario la hora?

Cuadro # 4 Está usted de acuerdo con una renovación de la portada del diario la hora?

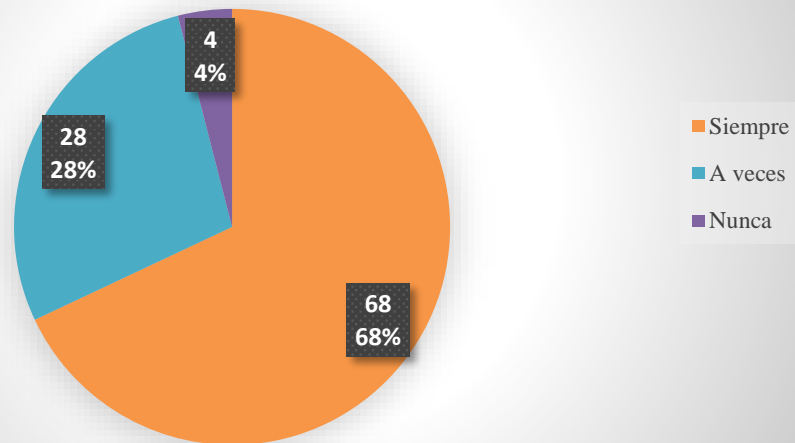
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	68	68%
A veces	28	28%
Nunca	4	4%
TOTAL	100	100%

Fuente: Ciudadanía Quevedeña

Realizado por: Raquel Felisa Quimis Peñafiel

Figura # 4 Está usted de acuerdo con una renovación de la portada del diario la hora

Está usted de acuerdo con una renovación de la portada del diario "La Hora"



Fuente: Ciudadanía Quevedeña

Realizado por: Raquel Felisa Quimis Peñafiel

Análisis e Interpretación: Analizando los datos recabado como resultado de esta pregunta se constató que el 68% de la muestra encuestada está de acuerdo que se renové la portada del diario "La Hora", un 28% de los mismo tiene un criterio dividido y tan solo el 4% determina que no se debería cambiarla, por lo expuesto se podría determinar que hay factibilidad para la renovación de la portada del diario.

Resultados de la investigación

1.9 Conclusiones

El diario “La Hora” es un medio de comunicación de mucha trayectoria y acogida por ende es de suma relevancia implantar los cambios planteados, ya que de esta manera se fomentará un desarrollo verdadero en su estructura, imagen, comercialización, que no pasaran desapercibida por sus lectores, y de esta manera generar el impulso necesario que se mantendrá permanentemente.

Además, se concluye que la ciudadanía en la actualidad busca que los medios de comunicación, se actualicen a las nuevas tendencias, más aún si son prensa escrita debido a la ardua competencia que generan los medios digitales a través de las redes sociales y plataformas webs, por ende, desde este punto radica la imperiosa necesidad del cambio generacional del diario.

1.10 Recomendaciones

Tener en cuenta las opiniones de los consumidores recabadas a través de las encuestas para la correcta estructuración de la solución a la problemática del caso, basándose en aspectos de la estructura mediante un correcto estudio de la portada, enfocada en las soluciones planteadas.

Determinar que los contenidos estén dentro de los parámetros planteados como posibles soluciones, además apegados a la Ley de Orgánica de Comunicación en te que rige a todos los medios del país, en temas de contenido, éticos, discriminatorios, verdaderos, demostrando de esta manera el profesionalismo y el gran sentido de responsabilidad que los caracteriza como medio de comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarado, H. (2008). El rostro de la prensa de calidad. La información internacional desde la portada de los grandes diarios europeos. *Revista de la Sociedad Española de Periodística (SEP)*, 23, 24.
- Álvarez, F. (S/D de Marzo de 2008). *dialnet.unirioja.es*. Obtenido de La ética y los medios de comunicación: <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/5981152.pdf>
- Fernandes, M. (08 de 06 de 2018). *www.cuidatudinero.com*. Obtenido de Cuáles son las características de los medios de comunicación impresos?: <https://www.cuidatudinero.com/13091432/cuales-son-las-caracteristicas-de-los-medios-de-comunicacion-impresos>
- La Hora. (07 de May de 2003). *lahora.com.ec*. Obtenido de LA HORA, entre los cuatro diarios de mayor circulación nacional: <https://lahora.com.ec/noticia/1000160919/la-hora-entre-los-cuatro-diarios-de-mayor-circulacion-nacional>
- La Hora. (23 de 08 de 2010). *La Hora*. Obtenido de 28 años difundiendo lo que necesita saber: <https://lahora.com.ec/noticia/1101006337/28-ac3b1os-difundiendo-lo-que-necesita-saber->
- Proaño, D. (S/D de S/D de 2018). *repositorio.ute.edu.ec/handle*. Obtenido de Diseño de un periódico: <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/18577>
- SITEAL. (7 de Abril de 2018). *www.siteal.iiep.unesco.org*. Obtenido de LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN: https://www.siteal.iiep.unesco.org/sites/default/files/sit_accion_files/siteal_ecuador_3035.pdf