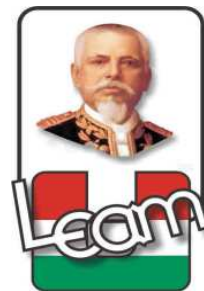




**UNIVERSIDAD LAICA
“ELOY ALFARO” DE MANABÍ
FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN: CARRERA: PERIODISMO**

TEMA:

**CREACIÓN DE UN INFORMATIVO INSTITUCIONAL PARA
DIFUNDIR LAS ACTIVIDADES LABORALES Y SOCIALES
DE LA ASOCIACIÓN DE EMPLEADOS Y TRABAJADORES
DE CNEL-CENELEP MANTA, DURANTE EL AÑO 2014.**

A U T O R:

RAMIRO ROBERTO ALONZO MOREIRA

**DIRECTORA DE TESIS
ING. ROXANA ALMEIDA MACÍAS**

MANTA MANABÍ ECUADOR

2015

TEMA:

CREACIÓN DE UN INFORMATIVO INSTITUCIONAL PARA DIFUNDIR LAS ACTIVIDADES LABORALES Y SOCIALES DE LA ASOCIACIÓN DE EMPLEADOS Y TRABAJADORES DE CNEL-CENELEP MANTA, DURANTE EL AÑO 2014.

OTORGA A LA TESIS DE GRADO

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

.....
ING. ROXANA ALMEIDA MACÌAS
DIRECTOR DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN



EL JURADO CALIFICADOR

OTORGA A LA SUSTENTACIÓN LA NOTA DE

.....
.....

.....
.....

PROMEDIO FINAL DE SUSTENTACIÓN

.....

Lo certifico:

SECRETARÍA DE FACULTAD
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN

Certifico que bajo mi dirección y asesoramiento, el señor **RAMIRO ROBERTO ALONZO MOREIRA**, ha elaborado el presente trabajo de investigación, titulado: **“CREACIÓN DE UN INFORMATIVO INSTITUCIONAL PARA DIFUNDIR LAS ACTIVIDADES LABORALES Y SOCIALES DE LA ASOCIACIÓN DE EMPLEADOS Y TRABAJADORES DE CNEL-CENELEP MANTA, DURANTE EL AÑO 2014”**; como requisito previo para optar por el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, carrera Periodismo.

ING. ROXANA ALMEIDA MACÌAS
DIRECTORA DE TESIS

Manta, Julio del 2015

CALIFICACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el informe de investigación sobre el tema: **“CREACIÓN DE UN INFORMATIVO INSTITUCIONAL PARA DIFUNDIR LAS ACTIVIDADES LABORALES Y SOCIALES DE LA ASOCIACIÓN DE EMPLEADOS Y TRABAJADORES DE CNEL-CENELEP MANTA, DURANTE EL AÑO 2014.** Sometido a consideración de autoridades de la Facultad Ciencias de la Comunicación y Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, como requisito para la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

APROBADO

Lic. Rocío Saltos Carvajal, MG. E.S.

DECANA DE FACULTAD

Ing. Roxana Almeida Macías

DIRECTORA DE TESIS

Miembro del Tribunal

Miembro del Tribunal

Miembro del Tribunal

AUTORÍA

Los pensamientos, ideas, investigación, comentarios y resultados pertenecen exclusivamente al autor.

RAMIRO ROBERTO ALONZO MOREIRA

AGRADECIMIENTO

En primer lugar quiero agradecerle a Dios por haberme dado fuerzas y fe para poder haber cumplido mi carrera.

También quiero agradecer a mis Maestros y Maestras que compartieron experiencias y aportaron a mis conocimientos, por haber inculcaron valores profesionales para el futuro.

A todos quienes directa e indirectamente formaron parte del antes, durante y después de mis estudios universitarios.

RAMIRO ROBERTO ALONZO MOREIRA

DEDICATORIA

En primer lugar quiero dedicar este trabajo a Dios por ser el creador de todas las cosas, por haberme dado la vida y por permitirme lograr ser un profesional, por darme las fuerzas necesarias para seguir adelante y cumplir con cada uno de mis objetivos.

A mis padres por ser el apoyo fundamental en mi vida, por haberme dados principios y valores morales que me ayudaran en mi desempeño labora como familiar.

A mis hermanos y familiares en general darles gracias por haberme apoyado impulsando hacia un mejor mañana.

A mis maestros que con sus enseñanzas supieron alimentar mis conocimientos y que gracias a los consejos de muchos logre culminar con mis estudios universitarios.

Y por último a mis amigos a todos con quienes compartimos ideas dentro del aula de clase y aquellos que se convirtieron en mi segunda familia y me apoyaron siempre.

RAMIRO ROBERTO ALONZO MOREIRA

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	8
1. - MARCO TEÓRICO	8
1.1.- LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	8
1.2.- LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS.....	9
1.3.- GÉNEROS PERIODÍSTICOS	10
1.3.1.- La noticia.....	10
1.3.2.- El Reportaje	10
1.3.3.- La entrevista.....	11
1.3.4.- Crónica.....	11
1.3.4.1.- Diferencias entre la crónica periodística y la noticia.....	12
1.3.4.2.- Tipos de crónicas periodísticas	12
1.3.5.- Perfil.....	13
1.3.6.- El diseño gráfico.....	13
1.4.- Componentes de un periódico	14
1.4.1.- Estructura.....	14
1.4.2.- La realización funcional del periódico y el papel del confeccionador	15
1.4.3.- El contenido y la presentación grafica.....	16
1.4.4.- Principales elementos externos del periódico	17

1.4.5.- Cabecera de un Periódico.....	18
1.4.6.- Formato.....	18
1.4.7.- Los titulares.....	19
1.4.8.- Las ilustraciones	19
1.4.9.- Grafismo de la composición del texto	19
1.4.10.- El color y la confección.....	20
1.4.11.- Secciones del periódico	20
1.4.12.- Imágenes ilustradas	23
1.4.13.- Diseño, maquetado y diagramación de un periódico	23
1.4.14.- Formato.....	24
1.4.15.- Distribución de módulos	24
1.4.16.- Diseños básicos	26
1.4.17.- Tipografía periodística.....	28
1.4.18.- Familia tipográfica	28
1.4.19.- Formas de composición de un texto	29
1.4.20.- Los párrafos	30
1.4.21.- Tipos de letras.....	31
1.4.22.- Tipos de textos.....	32
1.4.23.- Punto de vista de la redacción	32
1.4.24.- La entradilla.....	34

1.4.25.- Ladillos	34
1.4.26.- Color	35
1.4.27.- Funciones de color en el periódico.....	35
1.4.28.- Principios de uso del color en la prensa.....	35
1.4.29.- Componentes básicos del periódico	36
1.4.30.- Componentes transitorios	37
1.5.- Asociación de trabajadores	37
1.5.1.- Principios fundamentales	38
1.5.2.- Las asociaciones profesionales	39
1.5.3.- Fines de las asociaciones de trabajadores en general	39
1.5.4.- Contenido de los estatutos.....	39
1.5.5.- El comité de empresa	41
1.5.6.- Fines Especiales del Comité	42
1.5.7.- La constitución del Comité	42
1.5.8.- Obligaciones del directorio el Comité	43
1.5.9.- Otras formas de asociación.....	43
1.5.10.- El reconocimiento jurídico y las cláusulas para la disolución	45
1.5.11.- Reconocimiento Jurídico	45
1.5.12.- La Asamblea Constitutiva.....	45
1.5.13.- La elaboración y aprobación de los estatutos	46

1.5.14.- La presentación de los documentos.....	46
1.5.15.- La aprobación y el registro	47
1.5.16.- La prohibición al empleador	47
1.5.17.- Las causas para la disolución	47
1.6.- CORPORACIÓN NACIONAL DE ELECTRICIDAD S.A.....	48
1.6.1.- ANTECEDENTES	48
1.6.2.- Recursos humanos	52
1.6.3.- Call center	53
1.6.4.- Asociación de empleados de CNEL EP Manta (ASOELECTRIC).....	53
1.6.5.- Directivas anteriores y actuales	54
CAPÍTULO II	55
2.-DIAGNÒSTICO O MUESTRA DE ESTUDIO	55
CAPÍTULO III	71
3.- PROPUESTA.....	71
3.1.- PROGRAMA DE EDICIÓN, ESTRUCTURACIÓN Y CIRCULACIÓN DE UN INFORMATIVO INSTITUCIONAL PARA LA ASOCIACIÓN DE EMPLEADOS Y TRABAJADORES DE CNEL-CENELEP, MANTA.....	71
3.1.1.- INTRODUCCIÓN DE LA PROPUESTA.....	71
3.1.2.- FUNDAMENTACIÓN	72
3.1.3.- OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.....	72
3.1.4. POSIBLES ACTIVIDADES.....	73

CONCLUSIONES.....	74
RECOMENDACIONES:.....	76
BIBLIOGRAFÍA	78
ANEXOS	79

INTRODUCCIÓN

“Los medios de comunicación escritos morirán con el pasar del tiempo”. Es una frase muy común en la sociedad moderna de hoy, considerando que con el advenimiento de la tecnología y medios digitales esa conversión y alteración de la comunicación permitiría a corto y largo plazo muchos medios convencionales dejen de circular por el facilismo y gratuidad de acceder a los medios electrónicos existentes en la web.

Sin embargo diversas organizaciones de carácter público y privado en procura de consolidar y fortalecer su imagen corporativa utilizan los medios escritos como herramienta o estrategia comunicacional, primero para mantener informados a sus públicos internos y consolidar el trabajo mancomunado corporativo; como también de proyectar en la comunidad donde se asienta la estructura sistémica de la empresa donde se labora.

Ese es el caso de la Corporación Nacional de Electricidad, CENELEP Manta, que desea determinar la creación de un informativo institucional para difundir las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-CENELEP Manta.

Por ello los miembros de este organismo clasista y laboral para justificar la creación del medio institucional examinarán en primera instancia las notas informativas, estilos y géneros periodísticos que se utilizarán para publicar las actividades laborales y sociales; así como también promover e informar las actividades laborales y sociales que se realizan en CNEL- CENELEP Manta. Finalmente los interesados en estructurar el medio de comunicación institucional se permitirán proponer a los directivos de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-CENELEP Manta, la creación de un informativo institucional que difunda las actividades laborales y sociales de este organismo clasista.

Ante ello la creación de un informativo institucional que difunda las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores incidirá positivamente en CNEL-CENELEP Manta.

TEMA

Creación de un informativo institucional para difundir las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-CENELEP Manta, durante el año 2014.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los informativos institucionales son el resultado de los medios de comunicación convencionales, a su vez existe una gama de medios escritos que sirven de soporte y herramientas en el fortalecimiento de la comunicación como producto, es decir periódicos, revistas, magazines, volantes. Todo ello sirve de puntal y estructura en muchas organizaciones públicas y privadas para promocionar la gestión, administración y desarrollo de obras en beneficio de la institución misma como comunidad donde se desenvuelve.

La página virtual www.ejemplo.com (2015)¹ expresa que un boletín informativo es una publicación periódica, que va dirigida a un tipo de lectores específicos, que pueden ser estudiantes empleados, trabajadores empresariales, trabajadores gubernamentales, escolares, entre otros.

La publicación suele ser breve y generalmente es en una página, pero si el caso es necesario puede extenderse aunque no pasa de ser un pequeño pasquín o librito que cuenta con pocas hojas. Los boletines se pueden formar también por imágenes, tal como se haría con una propaganda o en una circular.

Considerando aquello los informativos institucionales se aplican en muchos países de primer orden donde el desarrollo de la comunicación es continua y se valora la utilización de diversas herramientas y estrategias comunicacionales para informar a los diversos públicos donde se labora.

La utilización de informativos institucionales en América Latina también es notoria e indudable, diversos grupos estatales, seccionales y de ONG, utilizan como primera arma estratégica para informar la gestión y labor institucional y comunitaria.

¹ http://www.ejemplode.com/11-escritos/1642-ejemplo_de_boletin_informativo.html

En el caso de Manta, provincia de Manabí, la Corporación Nacional de Electrificación, CNEL es una institución adscrita al Estado, en muchos de los casos la información que se genera proviene de su matriz en Quito, donde la información es un poco escueta o breve.

En todo caso los miembros laborales de este organismo a través de la Asociación de Empleados y Trabajadores desean colaborar institucionalmente con la publicación de un informativo institucional considerando que los niveles de comunicación, asociación y grupos son malos, en sus actividades diarias no hay compañerismo ni cohesión, por lo que urge determinar la publicación de un informativo que permita integrar a propios y extraños, además de publicar hechos y acontecimientos que se organizan internamente se elimine la imagen que los públicos externos tienen del personal que labora en esta empresa de carácter público.

Por ello el interés de crear un informativo institucional para difundir las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-CENELEP Manta.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera incidirá la creación de un informativo institucional para difundir las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-CENELEP Manta?

PREGUNTAS DIRECTRICES

¿De qué manera se determina la creación de un informativo institucional para difundir las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-CENELEP Manta?

¿Cómo se examinarán las notas informativas, estilos y géneros periodísticos que se utilizarán para publicar las actividades laborales y sociales?

¿Cómo se promoverán e informarán las actividades laborales y sociales que se realizan en CNEL- CENELEP Manta?

¿De qué manera se propondrá a los directivos de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-CENELEP Manta, la creación de un informativo institucional que difunda las actividades laborales y sociales de este organismo clasista?

¿La creación de un informativo institucional que difunde las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores incidirá positivamente en CNEL-CENELEP Manta?

JUSTIFICACIÓN

Los informativos institucionales son medios alternativos, herramientas comunicacionales que permiten hacer conocer la gestión, labor administrativa y de trabajo de las organizaciones públicas y privadas, dirigidos en alguno de los casos por los departamentos de comunicación, como de gremios laborales, difunden información relacionada a su accionar operativo y profesional, además de deportes, sociales, cultura, foros, entrevistas a sus mandos medios y superiores y notas relacionadas entre la institución con la comunidad social en que se desenvuelven.

Por ello se justifica la presente investigación destinada en conocer la creación de un informativo institucional para difundir las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-CENELEP Manta, durante el año 2014.

La presente investigación que se hace énfasis tiene factibilidad social, económica y técnica.

Social: De tal manera que benefició a la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-CENELEP Manta.

Económica: Puesto que el autor de esta investigación manejó los recursos necesarios para desarrollar la investigación.

Técnica: Por cuanto se contó con el apoyo de los especialistas en el área de la comunicación, periodismo, periodistas y directivos de este gremio laboral de CNEL Manta.

OBJETIVO GENERAL

Determinar la creación de un informativo institucional para difundir las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-CENELEP Manta.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Examinar las notas informativas, estilos y géneros periodísticos que se utilizarán para publicar las actividades laborales y sociales.
- Promover e informar las actividades laborales y sociales que se realizan en CNEL- CENELEP Manta.
- Proponer a los directivos de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-CENELEP Manta, la creación de un informativo institucional que difunda las actividades laborales y sociales de este organismo clasista.

HIPÓTESIS

La creación de un informativo institucional que difunde las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores incide positivamente en CNEL-CENELEP Manta.

VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE

Creación de un informativo institucional para difundir las actividades laborales y sociales.

VARIABLE DEPENDIENTE

Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-CENELEP Manta.

METODOLOGÍA

Métodos y técnicas

Métodos aplicados

Método deductivo: En base a ello se analizó la creación de un informativo institucional para difundir las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-CENELEP Manta, durante el año 2014.

Método inductivo: A partir de aquello se estudiaron las ventajas que brinda la creación de un informativo institucional para difundir las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-CENELEP Manta.

Así mismo se aplicó el **método estadístico** porque ayudó en la tabulación de los datos, la graficación e interpretación y análisis de resultados. El método sintético para elaborar las conclusiones y recomendaciones.

Técnicas aplicadas

Las técnicas que se aplicaron para la recolección de datos son las Bibliográficas: En la fundamentación teórica del trabajo de investigación.

Las encuestas en la recolección de la información de campo, a través de las encuestas aplicadas a la comunidad en estudio. Finalmente las entrevistas para las autoridades de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-CENELEP, Manta.

MUESTRA

El presente trabajo investigativo se efectuó en la Corporación Nacional de Electrificación, CNEL Manta, y se tomó en consideración una muestra no probabilística de 100 personas entre los miembros de la Asociación de Empleados y Trabajadores.

CAPÍTULO I

1. - MARCO TEÓRICO

Con el propósito de situar la investigación acerca del tema de análisis planteado, a continuación se presentan aportes teóricos de varios autores que fundamentan la creación de un informativo institucional para difundir las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-CENELEP Manta, durante el año 2014.

1.1.- LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Desde la aparición de los primeros indicios de lo que ahora son los medios de comunicación, estos han evolucionado sustancialmente por la constante necesidad del hombre por comunicarse más rápido y mejor.

Para la historia de los medios de comunicación es un punto de inicio la aparición de la imprenta, a partir de la cual surgieron en el mundo los primeros periódicos masificándose de alguna manera la comunicación.

Después de este paso vendría la prensa, la radio, el cine, y la televisión que son hoy una parte casi esencial de la cotidianidad del hombre moderno.

El mundo gira alrededor de estos inventos que revolucionaron a la humanidad y que desde su creación hasta ahora en algunos casos reciben halagos y en otros oprobios. Pero la evolución de los medios no se quedó con esos inventos. Con un aliado estratégico: la tecnología, los medios de comunicación día a día cambian. Incluso varias corrientes consideran que los medios de comunicación pasaron a ser parte de la tecnología. Ésta que responde a nuevas necesidades de comunicación humana, porque suponen nuevas formas de transmitir y recibir información, el caso del Internet, o que permiten nuevas formas de trabajo o comercio².

Gracias a la tecnología y a otras ciencias como el Diseño Gráfico, La Publicidad, Las Relaciones Públicas, la comunicación ha dejado de ser exclusiva de la radio, la TV o de los periódicos y surgieron nuevas alternativas de comunicación -revistas, folletos,

² Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI.

trípticos, vallas y más- que combinadas con las técnicas del Diseño Gráfico y la publicidad comunican.

Las empresas e instituciones –a través de la comunicación institucional- han tomado estas herramientas para comunicar de forma más directa a sus “clientes” de los procesos, proyectos, beneficios y resultados que obtienen en los campos en los que se desenvuelven.

1.2.- LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS

La historia de los medios de comunicación modernos empieza con el libro impreso, sin duda una revolución, aun cuando al principio solo fuera un artificio técnico para reducir el abanico de textos –escritos a mano- producidos. Solo en forma gradual se produjo un cambio cuando se editaron nuevas obras más seculares prácticas y populares, especialmente de los panfletos, opúsculos, vernáculos, políticos y religiosos que desempeñaron un papel importante en la transformación del mundo medieval.

Pasaron 200 años tras la invención de la imprenta hasta que a finales del siglo XVI y XVII lo que hoy conocemos como un periódico pudo distinguirse de los folletos, panfleto y libros de noticias. En realidad el precursor del periódico parece haber sido más la carta que el mismo libro.

El primer periódico se caracterizó por:

- a) La aparición regular
- b) La base comercial (estaba abiertamente dirigida a la venta)
- c) Finalidad múltiple (para la información, el registro, la publicidad, la diversión y el chismorreo)
- d) Carácter público o abierto.

1.3.- GÉNEROS PERIODÍSTICOS

En el mundo contemporáneo el lenguaje periodístico se plasma en unas formas expresivas denominadas géneros periodísticos. Estos son utilizados por los comunicadores sociales para redactar sus noticias o información. Existen varios tipos de géneros periodísticos citaremos algunos:

- a) Noticia,
- b) Reportaje,
- c) Entrevista,
- d) Crónica,
- e) Perfil,
- f) Análisis noticioso.

1.3.1.- La noticia

Valdés (1989)³, expresa que Noticia es la comunicación imparcial y confiable de un acontecimiento, que contiene información oportuna y desconocida hasta el momento, y que genera el interés del destinatario.

La está estructurada dentro del contexto argumentativo de varias entradas o códigos como el Qué, quién, cómo, cuándo, dónde, el por qué, y para qué.

La noticia es el género periodístico que de manera mayor y común ocupa las páginas de los diversos diarios, revistas y medios alternativos.

1.3.2.- El Reportaje

El reportaje es una información que tiene varias interpretaciones para enfocar un hecho haciendo uso de varios puntos de vista. Este género periodístico pretende darle al lector varios elementos con los que contextualice su opinión sobre el tema tratado.

³ Valdés (1989); La noticia, la objetividad periodística, el boletín informativo, la revista informativa. 1989, página 28. Editorial Quipus, CIESPAL, Ecuador.

El reportaje debe contestar las seis preguntas reglamentarias del periodismo y contar con los elementos de las noticias. Este género puede hacer uso de varios estilos de redacción; descriptivo, narración, escueta, desarrollo cronológico entre otros. Esto con la finalidad de mantener y despertar el interés en el lector. Por las características que posee el reportaje, éste no puede ser construido con una sola fuente.

Aunque el reportaje admite cierto grado de interpretación, debe procurarse a que ésta tienda a un análisis de los hechos que a las expresiones de opiniones personales. Las opiniones de los comunicadores sociales se pueden plasmar en artículos de Opinión.

1.3.3.- La entrevista

El propósito de la entrevista es conseguir noticias que sirvan para la redacción de un futuro artículo.

La misión de la entrevista es decirle al lector “quien es” y “como” es tal o cual persona, lo que dice, piensa o hace con respecto a un problema determinado, o simplemente, lo que hace en su vida como persona. La entrevista es un género personal. El proceso está compuesto por:

- a) Elección del entrevistado y el tema
- b) Preparación de la entrevista
- c) Conversación con el entrevistado
- d) Redacción de la entrevista

1.3.4.- Crónica

Cáceres (2015)⁴ dice que las *La crónica es un género híbrido, que participa a la vez de los rasgos de los géneros informativos y de los interpretativos, con un predominio de los primeros sobre los segundos.*

⁴ Por Orlando Cáceres Ramírez; Crónica periodística, Experto de Ortografía y redacción, conceptos y ejemplos eglassespanol.about.com/od/redaccionperiodistica/a/Cr-Onica-Period-Istica.htm.

La crónica periodística es un tipo de redacción que se caracteriza por relatar de manera ordenada y detallada ciertos hechos o acontecimientos. Al igual que el ensayo o los artículos de un blog, la crónica es un escrito de no ficción y es muy utilizada en los medios de comunicación escritos, ya sean los tradicionales como los periódicos impresos o a través de internet.

1.3.4.1.- Diferencias entre la crónica periodística y la noticia

La *crónica periodística* y la *noticia* tienen rasgos similares pero también diferencias notables. Por un lado, la similitud entre ambas radica en que son formas de narrar propias del periodismo. Sin embargo, cada una tiene una forma y una finalidad exclusiva.

La principal diferencia entre la crónica periodística y la noticia consiste en que esta última se limita a describir una información determinada.

La crónica, en cambio, va más allá y aparte de contar la información, pone énfasis concretamente en la forma o estilo en que esta es relatada al lector. Por ello, los cronistas procuran brindar no solo una recopilación de datos acerca de un suceso, sino ofrecer una historia completa acerca del mismo.

1.3.4.2.- Tipos de crónicas periodísticas

La clasificación de los tipos de crónicas se realiza teniendo en cuenta varios criterios. Si se presta más atención al contenido o tema desarrollado, encontraremos crónicas deportivas, políticas, policiales o judiciales, crónicas de viajes.

También existen criterios, como cuando se tiene en cuenta el enfoque o la intención del cronista en su redacción.

Hay crónicas que se caracterizan meramente por informar acerca de un hecho, y otras que, además de brindar información, también ofrece la visión del redactor acerca de lo narrado.

1.3.5.- Perfil

Báez (2013)⁵ expresa que el perfil periodístico es un género que consiste en describir las características de un personaje. El perfil debe incluir: datos biográficos, rasgos de personalidad, hobbies, hábitos cotidianos, principal actividad.

Es de los géneros menos conocidos y menos utilizados, pero con el que se consiguen objetivos precisos y claros. Por medio de él se busca retratar a un personaje de interés general de una forma fiel y completa, procurando mostrar aspectos de su vida personal y profesional poco conocidos pero que resultan muy importantes (el perfil es, podría decirse, algo así como una fotografía hecha con palabras).

Fuentes.- Las fuentes que utiliza son directas (el personaje) e indirectas (la familia, los amigos, sus escritos u obras). El perfil siempre debe ser actualizado, pues su importancia radica, en gran parte, en tal condición de actualidad.

Extensión.- Su extensión puede ser larga o breve, está lleno de precisiones y detalles que el escritor logra expresar por medio de la objetividad y/o la subjetividad, según lo ameriten tanto las circunstancias que esté narrando como el personaje al cual se refiere. Se vale de la entrevista para complementar la investigación y para darle mayor certeza a lo que está diciendo.

1.3.6.- El diseño gráfico

Se considera al diseño gráfico como la: organización armoniosa de elementos gráficos con el objetivo de cumplir una función de comunicación visual. Esos elementos gráficos son el texto y la imagen. Elemento que están inmersos tanto en los periódicos como en las revistas o demás materiales comunicacionales llámense folletos, trípticos.

El diseño gráfico se concibe para ser plasmado sobre soportes bidimensionales: papel, cartón, plástico, etc.; sin embargo estos soportes pueden ser convertidos a objetos tridimensionales: envases, dispensadores, merchandising, etc. Esto significa que el diseñador también tiene una concepción tridimensional con respecto al uso del diseño.

⁵ Lore Báez. El perfil periodístico. 2013; <http://es.slideshare.net/lorenitabaezdebuitrago/el-perfil-periodstico>

Habría que concordar con Moles Abraham (1988) cuando afirma que un libro, un folleto, una revista o un periódico, desde el momento que es manipulado para ser observado adquiere un carácter tridimensional, el desglose, el paso de una página a otra implican factores ergonómicos previos en su concepción⁶.

1.4.- Componentes de un periódico

1.4.1.- Estructura

La expresión gráfica de cualquier tipo de prensa depende de una serie de circunstancias:

- a) La influencia de las corrientes artísticas de moda sobre el grafismo de un periódico.
- b) La capacidad y la personalidad del periodista
- c) La tradición gráfica del periodista y el hábito visual de los lectores
- d) El procediendo, la calidad y el estado de las instalaciones de los talleres.
- e) La experiencia y preparación técnica del personal de la Imprenta.⁷

La formación gráfica de los periódicos considerada como uno de los aspectos del arte aplicado ha pasado una importante transformación ya que si comparamos los primeros periódicos que salieron en el siglo XVII y XVIII con los de hoy en día, pues se observara no solo un progreso informativo y social del periodismo si no un creciente desarrollo técnico y funcional; pues a los primeros periódicos se les recuerda por su tamaño y su fisonomía ya que generalmente constaba de 4 páginas, por lo que la primera página estaba compuesta como si fuera la portada de un libro pues llevaba solo el título y a veces la fecha y en ocasiones el nombre del impresor.

La segunda página quedaba blanca y en la tercera abordaba el texto bajo un título genérico y con una inicial, por lo que este texto solía ser compuesto de todo de un solo tipo, o de dos columnas pues no había división entre las noticias.

Hoy en día todo es distinto pues ha desaparecido a favor de la claridad y funcionalidad de las formas que es punto de partida de la labor de la

⁶ Moles Abraham, "Grafismo Funcional" Barcelona, Editorial Ceac, 1988.

⁷ Torres y Quizhpi, "Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte", Ecuador, 2010.

diagramación y confección, aunque estamos en la época de cierta confusión en el arte, la funcionalidad es más propicia para un medio de comunicación social como es el periódico.

Es por eso que hoy en día el contenido del periódico es más diverso que antaño más actual, y en lo que se refiere en la forma funcional corresponde de una manera óptima al contenido al fin o al destino de lo que tiene que expresar. Por lo que la confección no debe fijarse únicamente en el aspecto del conjunto de una o varias páginas sino que también en el contenido y claridad del periódico.

Se dice entonces que no existe ni puede existir una norma única para la confección, si no que el aspecto funcional puede ser expresado de distintas maneras.

Nunca se debe olvidar que la confección es el puente entre la labor periodística de una Redacción y los lectores a los cuales se dirige este medio de comunicación social.⁸

1.4.2.- La realización funcional del periódico y el papel del confeccionador

El confeccionador es el técnico, periodista y artista que crea este puente entre la redacción y el público lector, por lo que mencionaremos sus cualidades:

1. Sentir y conocer la estética de tal manera que su realización no resulte una sucesión de tanteos si no un conjunto lógico y claro y así ser aceptado por el público con agrado.
2. Encontrar el camino y el modo más eficaz de materializar el contenido en la forma gráfica adecuada.
3. Cuando el confeccionador crea un estilo de diagramación tiene que ser muy cuidadoso en los elementos que contemplan los textos, como son los títulos, las fotografías, los dibujos, los subtítulos, etc.
4. Como el periódico es una publicación de difusión masiva, que informa de manera inmediata y esencial pues el confeccionador debe utilizar los recursos gráficos, sencillos y claros.

⁸ Torres y Quizhpi, "Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte", Ecuador, 2010.

5. Al diagramar un periódico, el confeccionador hará todo lo posible para inducir a los lectores a que lean la mayor parte de lo publicado ya que el fin es mantener despierto el interés de los lectores.
6. el confeccionador debe en todo momento pensar en la capacidad, nivel cultura y criterio del público lector.
7. Un confeccionador con experiencia jamás sacrifica la claridad de la expresión graficas a unas posibles ocurrencias, ensayos o genialidades espontáneas.
8. El empleo de la fotografía o dibujo sin que rengan Valois informativo, noticable o documental es algo imperdonable en la prensa.
9. Lo mismo se dice de los colores pues su uso deben significar, destacar o debe llamar la atención sobre algo.
10. Por último se puede decir que es poco aconsejable el abusar de las superficies blancas como son los textos, títulos e ilustraciones.

La confección de un periódico no puede ser considerada únicamente como un virtuosismo gráfico, si no como uno de los esenciales aspectos del periodismo impreso, que consta de contenido y forma⁹.

1.4.3.- El contenido y la presentación grafica

La confección debe realizarse con criterios periodísticos, es por eso que varios autores directa o indirectamente hablan de este tema; siempre y cuando se refiere a la influencia que puede ejercer un periódico.

El análisis del contenido de un periódico se debe hacer desde dos puntos de vista:

- Averiguar el contenido, la redacción y la intención de un texto periodístico.
- Clasificar su materialización gráfica.
- Resulta muy importante la diagramación y la confección para la personalidad de un periódico.¹⁰

⁹ Luka Brajnovic, Tecnología de la información 2da. Edición , Pamplona 1974, pág. 113 - 153

¹⁰ Torres y Quizhpi, "Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte", Ecuador, 2010.

En lo que se refiere al contenido y la forma de presentarlo gráficamente; se estudiara la posición de los textos y fotografías, la titulación y la presentación grafica en su conjunto.

La posición.- de un texto es estudiada tanto para averiguar las razones como los efectos producidos por el hecho de que un texto figure en una determinada página.

La titulación.- sirve para analizar su importancia real, relativa y su contenido o redacción.

La presentación gráfica.- se refiere a los elementos de la arquitectura gráfica o a la construcción de las páginas en general: las ilustraciones, los detalles de la composición de textos, el empleo del color, la aplicación de fondos, negativos, filetes, recuadros, etc.

1.4.4.- Principales elementos externos del periódico

La prensa es todavía el medio de información más difundido que utiliza la estética gráfica como medio, existen unos elementos externos que identifican siempre un determinado periódico y que lo hacen diferentes de otros que tienen un mismo fin de informar, formar y entretener a los lectores.

Un periódico puede servirse de un estilo sintético y planear de antemano el número de líneas que tiene que ocupar un texto, también por norma puede colocar varias noticias junto con un editorial en la primera página.

Una buena confección depende del estilo del periódico y de la experiencia del confeccionador.

Para el análisis de la presentación exterior se seguirá un orden lógico donde se determinará la fisonomía del periódico, que son: la cabecera, el formato, la presentación de los titulares, el empleo de las ilustraciones y del color, la elección de los tipos de imprenta y el grafismo de la composición de los textos.¹¹

¹¹ Torres y Quizhpi, "Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte", Ecuador, 2010.

1.4.5.- Cabecera de un Periódico

El rótulo o cabecera de un Periódico, aunque no sea el elemento gráfico más importante del mismo es lo primero en lo que se fija el lector, pues sirve para reconocer el periódico.

La cabecera en general es como una tarjeta de visita con la cual el periódico se presenta al lector.

La cabecera de un periódico es un elemento que no debería ser cambiabile, ya que es el símbolo de la continuidad, una característica que debería tener siempre su lugar y su aspecto fijo; si los cambios son esenciales en la intención o en la base ideológica o técnica podrían justificar el cambio de aspecto de la cabecera.¹²

1.4.6.- Formato

Sobre el formato de los diarios se dice que han ido desapareciendo poco a poco los formatos intermedios; por lo que se reduce normalmente a dos tamaños: el grande y el tabloide.

El formato grande.- exige cierta comodidad durante la lectura y un sistema de información más larga y completa, casi todos los diarios matutinos y periodísticamente ambiciosos suelen tener el tamaño grande.

El tabloide.- los periódicos tabloides son normalmente los de las vistas rápidas, cuya lectura se hace en u tiempo y lugar que no estén precisamente reservados para ello, éstos suelen usar una información más telegráfica, resumida, hay reportajes amenos, crónica y criticas cortos y sintetizados.

Se debe tener en cuenta de que siempre habrá una diferencia entre los periódicos de gran tamaño y los tabloides, que son de carácter óptico. Pues una página pequeña le puede abarcar al lector de “un golpe”, mientras que su vista necesariamente debe hacer un recorrido por la página grande.¹³

¹² Torres y Quizhpi, “Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte”, Ecuador, 2010.

¹³ Torres y Quizhpi, “Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte”, Ecuador, 2010.

1.4.7.- Los titulares

Los titulares deben tener un valor redaccional es decir un contenido acertado, informar con la mayor brevedad posible sobre la sustancia de la noticia; el titular tiene una función gráfica muy importante.

Nunca se debe exagerar ni repetir afirmando, ya que el titular puede atraer o rechazar al lector, inducirle a leer un artículo o cualquier texto mediocre o por el contrario provocar la indiferencia por un texto verdaderamente valioso.

Los titulares se imponen óptimamente al lector antes que cualquier otro elemento. El papel del confeccionador en la creación gráfica de un titular periodístico es el de diferenciar gráficamente de una manera clara la importancia de la noticia en cuestión.¹⁴

1.4.8.- Las ilustraciones

Este elemento gráfico tiene la misma importancia que el texto, los titulares, y demás unidades del grafismo; la función de la fotografía en la creación de la fisonomía de un periódico, la foto-noticia merece un amplio lugar y un sitio preferente.

Un elemento gráfico y periodístico muy importante es la caricatura, sobre todo en la política ya que en pocas ocasiones tuvo éxito y aumento la tirada de los periódicos, este elemento puede ser simplemente ilustrativo o argumental.

Por último mencionaremos a los comics (historietas), como elemento de ilustración; desde el punto de vista del confeccionador tiene un valor moral, cultural y estético.¹⁵

1.4.9.- Grafismo de la composición del texto

La forma de ajuste de un texto periodístico debe ir de acuerdo con las características del contenido, un tratamiento gráfico corresponde a una noticia o información, a un artículo o aun comentario; presidiendo de la confección clásica y sencilla.

Ejemplo:

¹⁴ Torres y Quizhpi, "Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte", Ecuador, 2010.

¹⁵ Torres y Quizhpi, "Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte", Ecuador, 2010.

La noticia lleva la parte preliminar compuesta en una anchura mayor a dos o tres columnas, y en cuerpo de letras uno o dos puntos mayor que el resto del texto y demás negrura.

De esta forma se destaca gráficamente el relativo valor del texto a la vez que se gana mucho en cuanto al aprovechamiento del espacio. Tan valiosísimo en la prensa.

Por lo que este sistema de composición sería ilógico aplicarlo en un reportaje o aun comentario o a cualquier otro texto cuyas primeras frases no dan la impresión total de texto.¹⁶

1.4.10.- El color y la confección

El uso de los colores en los diarios es ya cada vez más frecuente, aunque algunos prefieran no emplearlos.

El empleo de los colores en la imprenta o requiere el ajuste o exige mayor número de operarios especialistas, la razón se encuentra en la necesidad de preparar tantas formas, planchas o cilindros, cuantos colores se desean emplear en una página o grupo de páginas.

Mientras que el confeccionador de un periódico impreso solamente en negro no necesita preparar detalladamente las maquetas de las páginas, mientras que al tratarse de una edición a colores las indicaciones deben ser precisas y calculadas.¹⁷

1.4.11.- Secciones del periódico

Los periódicos concretan las noticias según distintas clasificaciones que constituyen las denominadas secciones, por lo que la forma más fundamental para la organización de las secciones puede ser a partir del lugar donde ocurrieron los hechos tanto nacionales como internacionales de acuerdo con los temas.

Al hablar sobre las secciones de un periódico, mencionaremos que es una sección.

¹⁶ Torres y Quizhpi, "Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte", Ecuador, 2010.

¹⁷ Torres y Quizhpi, "Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte", Ecuador, 2010.

Sección.- es un conjunto de noticias que guardan entre si la relación, siempre guardan un orden dentro de una página central.

Las secciones son la estructura del periódico, facilitan la lectura y, desde luego, nos ayudan muchísimo a su elaboración.

Un periódico distribuido en secciones da sensación de orden y de organización. Las secciones de un periódico son:

- Las noticias.- proporciona información sobre los acontecimientos actuales
- Los editoriales.- dan la orientación ideológica.
- Los reportajes.- desarrollan un suceso.
- Los artículos de fondo.- exponen un comentario.
- Política Internacional.- esta sección abarca los hechos políticos ocurridos en el extranjero, por lo que su información es internacional.
- Política Nacional.- en esta sección se recoge la actualidad de la política del país al que pertenece el periódico.
- Economía.- recoge los hechos que hacen noticia al mundo de la economía lo que se refiere en finanzas, bolsa, mercado empresas. Etc. La información que se pone esta sección es nacional e internacional.
- Cultura: se recoge noticias culturales que se refieren al teatro, cine, música, televisión, bellas artes, radio, libros, etc.
- Laboral.- aquí se informa temas relacionados con el trabajo, cobre empresas, actividades sindicales, conflictos laborales, huelgas, cabe recalcar que su información es a nivel nacional.
- Sucesos.- abarca información que sobre accidentes, delitos, catástrofes naturales, etc.
- Local.- en esta sección comprende información referida a la localidad o área de mayor influencia del periódico
- Deportes.- se habla en si de información deportiva, campeonatos, récords, tanto nacional como internacional.
- Educación.- recoge información referente al mundo de la enseñanza como son las escuelas, universidades, pedagogía, etc.

- Ciencias.- se habla de los últimos descubrimientos a lo que se refiere a investigaciones, temas científicos.
- Religión.- se menciona información referida a las diferentes comunidades religiosas, la fe, las iglesias, etc.
- Sociedad.- recoge los hechos protagonizados por el hombre en su vida social.
- Opinión.- esta es una sección abierta que incorpora diferentes opiniones sobre temas de actualidad.¹⁸
- Farándula.- En esta sección que circula por lo general los días domingos, podemos encontrar las noticias relacionadas a la farándula nacional e internacional. También encontramos algunas noticias relacionadas al ámbito de la cultura. Además en esta sección se encontrará los avisos de propiedades, empleos, etc.
- Comerciales.- esta sección incluye todo lo que se refiere a anunciados, firmas comerciales, etc.
- Humorísticas.-
- Suplementos.- por otra parte en algunos periódicos encontramos los llamados “suplementos”, por lo que varía de acuerdo a los días de la semana donde se entrega junto con el diario algunas revistas de deportes, de recetas, etc.

Además, las formas en que los periódicos ordenan los hechos sociales responden también a la existencia de determinadas agendas de problemas y al contrato de lectura que el medio mantiene con su público.

En general, las áreas privilegiadas en los periódicos corresponden a los campos de la política y la economía.

Otra sección que ocupa grandes espacios es la destinada a los deportes. Problemas diversos de la sociedad como salud, educación, medio ambiente, etc., suelen incluirse en información general, esta sección ha ganado mucha importancia en los periódicos en los últimos años, mientras han desaparecido otras como la sección de gremiales que tenían muchos diarios.

¹⁸ www.uclm.es/

Cuando un tema es desarrollado a lo largo de varios días, puede ir cambiando de sección, a medida que aparecen o se revelan nuevos hechos. Así, una noticia sobre un tema puede comenzar a ser tratado en la sección política para luego de varios días, trasladarse a la sección de policiales.¹⁹

1.4.12.- Imágenes ilustradas

- Fotografías
- Gráficos
- Dibujos.
- Infografía²⁰

1.4.13.- Diseño, maquetado y diagramación de un periódico

El diseño periodístico es la técnica que permite establecer la situación de un conjunto de elementos impresos y no impresos sobre la superficie de un espacio determinado con el fin de estructurar y jerarquizar las informaciones periodísticas facilitando la legibilidad del conjunto.

- El diseño es una técnica en sentido aristotélico “saber hacer”. Requiere conocimientos previos.
- Se incluyen elementos impresos y no impresos (blancos).
- Superficie de un espacio determinado.
- Estructurar y jerarquizar
- Informaciones periodísticas
- Legibilidad tipográfica.
- Legibilidad de comprensión.²¹

¹⁹ Torres y Quizhpi, “Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte”, Ecuador, 2010.

²⁰ Torres y Quizhpi, “Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte”, Ecuador, 2010.

²¹ Apuntesytrabajos.files.wordpress.com

1.4.14.- Formato

El formato es la dimensión de un impreso en función de la altura y la anchura de sus páginas, influye en la comodidad de lectura. Este se divide en dos partes, la mancha o caja y márgenes, la suma de estos elementos nos da la totalidad del formato. La mancha es el espacio útil para la impresión dentro del formato.

El formato de los diarios se reduce a dos tamaños: Formato sábana o Broadsheet (55-65 x 35-45cms) y el tabloide (25-30 x 35-45cms). Todos los formatos intermedios han desaparecido poco a poco. Hay que tomar en cuenta que para el formato de un periódico se debe considerar, la instrucción del público, tiempo y lugar de lectura (mañana, tarde, casa, carro, bus).

Los periódicos tabloides generalmente tienen un aspecto dinámico y movido, pero no quiere decir que los periódicos de mayor tamaño necesariamente descarten ese dinamismo, depende de las posibilidades técnicas y del gusto del confeccionador y del público.²²

1.4.15.- Distribución de módulos

Modulación rectangular de la página puede ser simétrica, asimétrica, horizontal, vertical, estática, dinámica, etc. Todo depende del rectángulo en que se esté trabajando y de la forma como se descomponga. En los últimos años la prensa diaria ha tenido en su mayoría tamaño tabloide ya que ha ganado un atractivo adquiriendo un cierto aire de revista, de semanario.

La hoja para diseño de páginas, dividida horizontalmente en diez bandas, se corta a lo alto a dos, tres y cuatro columnas simultáneamente para elegir el ancho de estas, apta para cada tema. La descomposición del rectángulo hecha así proporcionalmente con arreglo a sus medidas, es una guía segura y armónica para disponer de texto y grabados y distribuyendo los blancos correspondientes.

El proyecto grafico es sobre una doble plana, ósea que se diseña sobre un rectángulo apaisado y dinámico. Dentro de él la separación de planas es la suma

²² Luka Brajnovic, Tecnología de la información, ediciones universidad de Navarra, S.A. 1974, pág. 132-133

del ancho de una de las doce media columnas y el corondel ciego que separa cada dos medias columnas, a su vez cortadas horizontalmente en nueve bandas. Las posibilidades son mayores, porque la impresión puede ser a dos, cuatro y seis columnas, y también disponer si así lo aconseja el texto o la ilustración, de una media columna marginal.

El principio de la división dinámica de un rectángulo se basa en el cuadrado y su diagonal. Se respeta el lado superior y a los laterales se les alarga en longitud idéntica a la de la diagonal. El rectángulo resultante es la suma del cuadrado, parte superior, y de un cuadrilátero apaisado en la inferior. La página tiene ya una primera conexión armónica de zonas.²³

La norma general para la distribución armónica de un rectángulo alargado ya dado, marca su diagonal y desde un ángulo opuesto a los de la misma se traza la perpendicular a la diagonal, la cual nos dará un punto de encuentro que es precisamente la altura a la que el rectángulo se divide armónicamente en dos.

El rectángulo áureo se obtiene al adoptar, por ejemplo, la dimensión del ancho de página. Con esta dimensión se traza un cuadrado, desde el punto medio de un lateral del cuadrado se tira una recta hasta uno de los ángulos opuestos, recta que será el radio para un arco que al llevarse hacia abajo al cruce con la prolongación del lado donde el arco tiene centro, determinara la otra dimensión del rectángulo buscado.²⁴

Es un estudio sobre las mismas dimensiones de “La Vanguardia” donde la banda rayada que cae fuera de las proporciones armónicas halladas en la página es apta para un anuncio de pie de páginas, en tanto que modulando horizontalmente, la parte superior es válida para informaciones de relieve y la inferior para textos complementarios.

Muestra el ensayo de trazar un rectángulo áureo en el interior. Se toma el ancho de cuatro columnas y se obtiene el cuadrado correspondiente a esta dimensión. Luego se procede igual que en el caso anterior. Dentro de la página y en su parte superior derecha se habrá obtenido armónicamente el más destacado módulo de la

²³ Torres y Quizhpi, “Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte”, Ecuador, 2010.

²⁴ Torres y Quizhpi, “Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte”, Ecuador, 2010.

página con la réplica de un módulo proporcionado y ambos sobre otro módulo apaisado.

Al módulo áureo sirve para una información sección o colaboración destacada, con título a cuatro columnas; el texto, con corona del ciego en el centro, puede componerse al ancho de dos columnas. El módulo de la izquierda puede dividirse en tres, de manera que el centro sea más amplio de ellos, como indican las líneas discontinuas. La parte inferior resulta adecuada para la publicidad, bien con anuncio solo de igual superficie, bien modulando ésta para varios anuncios.²⁵

1.4.16.- Diseños básicos

El estudio se hace con un rectángulo cuyas dimensiones guardan la proporción de 1,4142(raíz cuadrada de 2) de la que se originan los rectángulos dinámicos. Estableceremos un ancho de columna de 3 centímetros, unidad para página de cinco columnas como son las de varios periódicos de Madrid. Dada la anchura subsiguiente de 15 centímetros y la proporción de 1,4142 se obtendrá una altura de 21,2 centímetros.

Comenzamos por obtener el recíproco correspondiente al cuadro de origen del rectángulo, en la mitad inferior de su superficie.

Esta parte cruzada con dos diagonales es para publicidad, según disposición habitual en los periódicos de hoy. Quedan encima más de dos tercios de página para textos informativos, que dividimos horizontalmente en dos zonas. De la superior acotamos cuatro columnas de ancho para el original más importante de la página y queda en la columna de la derecha un espacio de la misma altura para un texto significativo.

La banda central para noticias complementarias puede disponerse en cuatro módulos; dos, uno encima del otro, lo que subraya la horizontalidad, al ancho de dos columnas en la parte izquierda; se reserva el espacio de la columna del centro para una noticia que puede ir en recuadro, y se deja entero el espacio continuo de la derecha, al ancho de dos. Dentro de esta división en tres bandas horizontales

²⁵ Torres y Quizhpi, "Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte", Ecuador, 2010.

pueden haber otras subdivisiones de las mismas, y puede igualmente componerse a tres columnas al ancho de cuatro, la parte superior.²⁶

La disposición en vertical, es aún más sencilla. La página se divide en dos grandes zonas verticales, al ancho de tres y dos columnas respectivamente. La parte inferior a tres columnas, se subdivide en dos y a una columna, que será parte correspondiente a la columna central, subdivisión que ayuda al sentido de esta página. La publicidad, al pie de la zona de dos columnas pues esta página se proyecta para entrada de sección de varias páginas y se ha de reservar para ella el original más importante de la sección, presentado con la menor complicación de diseño.

La figura 8 presenta un diseño de modulación en simetría, aplicando principios de las páginas anteriores, manteniendo el estilo, apoyando la horizontalidad de las tres bandas del centro a tres columnas, en la verticalidad de las columnas exteriores, partidas ambas, una de ellas con publicidad.²⁷

El diseño asimétrico rompe bastante con las anteriores por la disposición en escuadra dada a la publicidad. Queda libre la mayor parte de la página, susceptible de una combinación de verticalidad y horizontalidad, apropiada para informaciones varias. Obsérvese la descongestión que supone colocar junto a la columna vertical de anuncios otra de texto simple, con sólo su propio titular. Si los textos de las tres columnas a su izquierda hubieran tocado a la columna de publicidad con sus correspondientes titulares se hubiera podido dar el efecto de aglomeración del que tanto se debe huir en un buen diseño.²⁸

²⁶ Torres y Quizhpi, "Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte", Ecuador, 2010.

²⁷ Torres y Quizhpi, "Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte", Ecuador, 2010.

²⁸ MORENO, A.; Op- Cit. pág. 298 – 30

1.4.17.- Tipografía periodística

Las letras se utilizan principalmente para que resulten comprensibles. Su estética no tiene tanta importancia, lo principal es que se entienda. La tipografía es el arte de la comunicación impresa. Nuestra tipografía se basa en el alfabeto latino.²⁹

1.4.18.- Familia tipográfica

La familia tipográfica se refiere al conjunto o a la colocación de tipos con sus diferentes capas o series, que son del mismo estilo y han sido obtenidos partiendo del mismo diseño básico. Todos los caracteres se construyen mediante:

- *Astas*: Las astas son las líneas o trazos que componen el armazón de una letra y nos permite identificarla. Pueden ser rectas, curvas o mixtas. Todos los caracteres de imprenta tienen astas, pero no remates.
- *Serif o Remate*: Son trazos terminales que delimitan el extremo de las astas. Parece ser que surgieron para disimular irregularidades en la talla de letras en las piedras. A t e
- *Altura X o trazo medio*: Todo alfabeto lo tiene. Es la distancia vertical que hay entre la parte superior e inferior de una letra minúscula que no tenga ni rasgos ascendentes ni descendentes. Se toma la x como modelo
- *Letras mayúsculas (caja alta)*: También se conocen como versales. Este nombre viene de que los montadores o cajistas usaban cajas divididas en pequeños compartimentos (90) denominados cajetines, en los que depositaban las letras. Cuando el cajista cogía las letras de las cajas se colocaban las minúsculas en la parte de abajo, mientras que las mayúsculas estaban en las de arriba. Las mayúsculas ya no se utilizan en titulares, sólo en secciones de opinión, diarios sensacionalistas o deportivos.
- *Letras minúsculas*: Caja baja.
- *Ligaduras*: Figuras que resultan de la unión de dos o más caracteres. En español, la más común es fl.

²⁹ Torres y Quizhpi, "Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte", Ecuador, 2010.

- *Interlineado*: Es la distancia entre las líneas de una composición. El interlineado es muy importante, con poco interlineado el texto es muy compacto y la página tiene demasiada mancha, pierde legibilidad, con mucho interlineado se generan unos espacios en blanco que dificultan la legibilidad. El interlineado más apropiado es un 20%. 1pt ó 1'5pt más que el texto. Para los titulares a veces hay que cambiarlo.
- *Espaciado*: Es la distancia entre los caracteres de una misma palabra y entre dos palabras diferentes de la misma composición. Suele ser de 1/3 del cuerpo utilizado. Entre palabras el espacio debe ser 9pt y entre letras 3pt.
- *Sangrado*: Es el espacio en blanco en el comienzo de párrafo. El primer párrafo no se sangra, porque el sangrado indica que se inicia un nuevo párrafo. La distancia de este espacio en blanco es de un cuadratín. El cuadratín es un posible cuadrado que tiene la misma medida que el cuerpo que usamos, por ejemplo, 12pt. También se denomina EM (M en inglés), porque ocupa el mismo espacio que una M mayúscula.
- *Anchura de composición*: Es la longitud de la línea de mayor tamaño de composición. En los periódicos coincide con el anchura de la columna.
- *Justificación*: Operación tipográfica que consiste en estrechar o ensanchar con igualdad el espaciado de las líneas de la composición. Cubrimos exactamente el ancho de la composición. El justificado forzado llena todo de blancos.
- *Líneas viudas y huérfanas*: La viuda es cuando la primera línea de un párrafo queda sola al final de una columna o folio. La huérfana se produce cuando la última línea de un párrafo queda sola al inicio de la columna en la página siguiente.³⁰

1.4.19.- Formas de composición de un texto

Hay tres grandes tipos de composición.

Justificada o en bloque: Llena todas las líneas iguales.

³⁰ Torres y Quizhpi, "Proyecto de creación de un periódico semanal para ricaurte", Ecuador, 2010.

Centrada o en epígrafe: Va cubriendo simétricamente los textos a partir de un eje intermedio imaginario.

Irregular o en bandera: La bandera es una de las composiciones irregulares más tradicional. Hay dos tipos.

- *De entrada:* Las líneas son irregulares de entrada (izquierda). Dificulta la legibilidad. Se usa en textos cortos, por ejemplo, pies de foto.
- *De salida:* Las líneas irregulares son de salida (derecha). Es mejor que la bandera de entrada porque es más legible. El punto de referencia de la entrada siempre es el mismo. No lleva partición silábica.

Desde el punto de vista de la legibilidad, hay quien dice que es mejor la justificación porque la distancia que recorre el ojo tiene la misma anchura. También hay quien dice que es mejor la bandera de salida porque así se evita la partición de palabras.

Hay muchos tipos de composiciones irregulares, Texto que simula estar escrito a mano alzada, Silueteados.

Crecientes y decrecientes: las líneas tienen una tendencia determinada. El problema de este tipo de párrafo es que deja mucho blanco. Se usa en titulares si son dos líneas. Si el titular es a 3 líneas (2 columnas) se usa la frase más corta en el medio.

Composiciones “pie de lámpara”: Combinan centrada con creciente y decreciente. Las líneas son irregulares.³¹

1.4.20.- Los párrafos

Permiten mejorar la legibilidad porque dividen los textos largos en bloques más cortos. Hay varios tipos de párrafos:

Párrafo sangrado convencional: Sangra la primera línea del párrafo. Deja un espacio en blanco al principio de cada párrafo. El primer párrafo de una composición nunca se sangra.

³¹ Torres y Quizhpi, “Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte”, Ecuador, 2010.

Párrafo francés: Sangra todas las líneas menos la primera. No se usa mucho en los periódicos. Se emplea para enumerar.

Párrafo alemán: No lleva ningún tipo de sangrado, pero entre párrafos hay doble interlineado.

Párrafo español: No lleva sangrado y para diferenciar párrafos se centra la última línea de párrafo.

Párrafo con letra capitular: Comienza con letra capitular, que puede ser orlada (dibujo caligráfico) o normal. La letra capitular no tiene por qué ser de la misma tipografía que el texto. Hay tres maneras de colocar la letra capitular:

- Sangradas tantas líneas como ocupe la letra.
- Sangradas sólo algunas líneas (no cubren toda la letra).
- Toda la letra capitular queda por encima de la composición. Este último tipo genera problemas de demasiado blanco.³²

1.4.21.- Tipos de letras

Hay unas 15.000 familias tipográficas. Las podemos clasificar de cinco maneras:

1. *Caligráficas:* aquellas letras que tratan de imitar la caligrafía manual.
2. *Romanas:* Llevan remate. Son el grupo mayoritario en los periódicos. Hay tres subdivisiones:
 - a. Romana Antigua
 - b. Romana moderna
 - c. Romana mixta y de transición
3. *Egipcias:* Algunos autores las meten dentro de las romanas porque tienen remates, pero tienen astas de mucha mancha del mismo grosor y remates pesados, cuadrados o rectangulares.
4. *Grotescas, peladas o de palo seco:* No tienen remates. La diseñó la Bauhaus en 1919 y se ha impuesto mucho, sobre todo en titulares (aunque todos los textos de los periódicos van en romana porque se leen mejor).
5. *Ornamentales o de fantasía:* Letras de difícil clasificación. ³³

³² Torres y Quizhpi, "Proyecto de creación de un periódico semanario para ricaurte", Ecuador, 2010.

1.4.22.- Tipos de textos

- *Titulares:* Se encargan de indicar al lector el contenido del texto. Tienen que poner de manifiesto el dato más importante. Hasta la aparición de la estereotipia no cumplen un papel de diseño fundamental. Hoy en día ocupan una superficie determinada (2 dimensiones). Toman importancia en referencia al diseño. Tiene varias partes, el conjunto de estas partes que pueden componer un titular es lo que conocemos por cabeza de titular.
- *Antetítulo:* Responde a Dónde y Cuándo
- *Título:* Parte más importante. Responde a las Ws Qué y Quién. Por ello va a un cuerpo superior al resto de elementos de la cabeza. Ocupa el lugar más destacado por mancha, extensión y cuerpo.
- *Subtítulo:* Responde a Cómo y Por qué.

Hoy en día esto ha cambiado, porque al eliminar algunos (unas veces antetítulo, otras subtítulo y otras ambos) las Ws las responde el titular.

Normalmente el antetítulo y el subtítulo no ocupaban más de una línea. Ahora el primero desaparece y el segundo se alarga. Hoy en día la diferencia real entre subtítulo y el sumario es sólo la colocación.³⁴

1.4.23.- Punto de vista de la redacción

Punto de vista tipográfico: Pueden darse 2 casos:

- Homogeneidad tipográfica.
- Disparidad o contrariedad tipográfica

Punto de vista del diseño: 6 elementos a tener en cuenta

1. Colocación que le damos al titular: Esto jerarquizará la importancia del titular. Es el elemento que mejor define su importancia.
2. Número de columnas y anchura de composición: Después de la colocación el que más columnas tenga será el texto de mayor importancia.

³³ Torres y Quizhpi, "Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte", Ecuador, 2010.

³⁴ Torres y Quizhpi, "Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte", Ecuador, 2010.

3. Alineación de los titulares: Todos deben componerse en bandera de salida y justificada la entrada. Sólo se justifican en el caso de que la línea vaya muy llena y no queden espacios. Para evitar que los titulares en bandera nos generen textos crecientes o decrecientes se aconseja que la línea del medio sea la más corta o la más larga.
4. La profundidad: Se refiere al número de líneas que tiene un titular relacionado con el número de columnas a las que vaya el titular. Así:
 - 5 COLUMNAS 1 – 2 LÍNEAS
 - 3 COLUMNAS 2 – 3 LÍNEAS
 - 2 COLUMNAS 3 LÍNEAS (excepto si son de apertura)
 - 1 COLUMNA 4- 5 LÍNEAS

Normalmente el interlineado viene establecido por ordenador.

5. Tamaño de la letra: Los cuerpos utilizados no son excesivamente grandes. Suelen encuadrarse del siguiente modo:

Nº de columnas del titular	Cuerpo
4 – 5	32 – 36
3	26 – 28
2	22 – 24
1	18

Esto se hace considerando familias de letras normales. Depende de si son de apertura o complementarios.

6. Serie de letra que utilicemos: Normalmente los titulares van en minúscula. La serie más utilizada en cuanto a la mancha es la bold (negra) o médium (seminegra) en función de la familia que escojamos para nuestro titular.³⁵

³⁵ Torres y Quizhpi, "Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte", Ecuador, 2010.

1.4.24.- La entradilla

Constituye un formato de lectura rápida puesto que realiza una condensación del desarrollo o contenido de la noticia. Desde el punto de vista del diseño, la entradilla es un elemento independiente del texto. La mejor forma de distinguir la entradilla es fijarnos en la anchura de la composición que será diferente así como en la serie que también es diferente. El principio fundamental de la entradilla es que sea breve. El número máximo de líneas que deben llevar en función del paquete oscilan entre 5- 8 líneas.

Composición de una entradilla: lo más conveniente es escoger un formato que no dificulte la legibilidad: que vayan justificadas o en bloque. Aunque se diferencien visualmente, deben mantener una continuidad lógica con el texto.³⁶

1.4.25.- Ladillos

Permiten cortar un texto largo y dividirlo en varios paquetes. Su función primordial es servir al lector con referencia indicativa del contenido del párrafo que va a continuación. Funciones principales que han de cumplir:

- Organizar informaciones largas en varias partes que faciliten la lectura y la comprensión.
- Constituye una referencia espacial para el lector en cuanto a espacio.
- Desde un punto de vista estético otorga una mayor amenidad visual. Le da aire al texto.

Normas generales en la utilización del ladillo:

- Se utiliza en aquellas informaciones que superen las 50 líneas de texto.
- Entre los ladillos deben mediar por lo menos 3 párrafos.
- Los ladillos deben ocupar una línea
- Visualmente deben contrastar con el texto.³⁷

³⁶ Torres y Quizhpi, "Proyecto de creación de un periódico semanal para Ricaurte", Ecuador, 2010.

³⁷ Torres y Quizhpi, "Proyecto de creación de un periódico semanal para Ricaurte", Ecuador, 2010.

1.4.26.- Color

El color es un elemento de variadas interpretaciones, expresiones y agrupaciones, por lo que puede tener infinitas interrelaciones. El color es la cualidad que permite mostrar y atraer las ondas de luz produciendo una sensación en la retina el cual es generado siendo esta generada por ondas electromagnéticas que al ser reconocidas por el ojo y percibidas por el cerebro produce el color.³⁸

1.4.27.- Funciones de color en el periódico

1. Retener la atención del lector el mayor tiempo posible. Los periodistas intentan que el público capte la esencia de la información, para ello es imprescindible que el lector dedique el tiempo suficiente para facilitar su comprensión.
2. Para retener la información es importante que primero la distinga, de modo que hay hacerse notar para que se vea, es una forma de llamar la atención.
3. Producir efectos psicológicos.
4. Se encarga también de crear una cierta armonía.³⁹

1.4.28.- Principios de uso del color en la prensa

Podemos establecer una serie de principios útiles respecto al uso del color en la prensa que pueden servir como consejos y orientaciones en ese sentido.

- No se debe recurrir a una amplia paleta de colores, pues el lector se puede fijar más en ellos que en la propia información.
- No se deben mezclar en una misma página o gráfico tonos vibrantes con pasteles porque pueden reflejar una sensación de desorden. Tampoco los colores fríos con los cálidos.

³⁸ Villafaña, Georgina, Educación visual, Conocimientos básicos para el diseño, México, Trillas 2003, Editorial Trillas S.A. de C.V., pág. 34

³⁹ Torres y Quizhpi, "Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte", Ecuador, 2010.

- No abusar al mismo tiempo del rojo y el amarillo, pues son muy brillantes y llaman demasiado la atención del lector. Hay que ser moderado con la cantidad.
- El color hace atraer la atención del lector y además determina el movimiento del ojo.
- El texto debe imprimirse en negro para su mejor legibilidad.
- Los sumarios que se sitúan por encima de la cabecera del periódico casi no son leídos cuando van en blanco y negro.
- Las fotografías gozan de mayor aceptación cuando no van a blanco y negro, sino en otros colores.⁴⁰

1.4.29.- Componentes básicos del periódico

Componentes fijos.

- Dos son los componentes básicos que integran un periódico: Textos e información gráfica, elementos en su mayoría temporales que diariamente se repone con material nuevo para cambiar el contenido de la publicación. No obstante, en las páginas de un periódico, podemos encontrar partes fijas. Estas son:
 - La bandera: Llamada también título o cabecera, es el nombre, la marca de fábrica de un periódico y debe ser claro, atractivo y distintivo. Para diseñar una bandera, es necesario seleccionar con cuidado la clase de letra y el logotipo de la misma.
 - El membrete: Información que proporciona el nombre del periódico, su lugar de publicación, editor, nombre del director, fecha de fundación del periódico, el tomo número de ejemplares del día y número correspondiente a los años que tiene de ser publicado.
 - Los Folios: Son los números de las páginas, pero en el uso periodístico incluye también el nombre del periódico y la ciudad donde se edita, fecha y número de plana. En la primera página, comprende también el tomo y número de edición, como parte integral del membrete e inclusive también

⁴⁰ <http://www.eumed.net/rev/cccss/07/mrdl.htm>

a veces el precio del ejemplar. Los folios de primera plana deben estar escritos en letras claras, la fecha un lugar prominente, para apuntar hacia esta la atención del lector.

- El logotipo o logo: Es la identificación de una página o sección del periódico, realizada generalmente con tipos (letras) grandes o adornos, utilizados en las páginas deportivas o de sociales, etc.
- Los títulos permanentes: Encabezados que dan el nombre de un texto cuyo contenido varia, no así el título, que siempre será el mismo. La cabeza de una columna fija o sección permanente puede consistir en uno o dos renglones breves que a veces son acompañados de un dibujo o fotografía. También se le agregan e este encabezado algunos elementos de adorno como recuadros, sobre títulos o rayas.

1.4.30.- Componentes transitorios

Este tipo de componentes de un periódico corresponden a los textos e información gráfica que día con día se van cambiando, debido a que la información se genera de igual manera, es nueva y fresca.⁴¹

1.5.- Asociación de trabajadores

Las asociaciones son personas colectivas, estructuradas orgánicamente para la consecuencia de los fines de defensa de sus intereses y, que al obtener el reconocimiento jurídico Adquieren la personería Jurídica con atributos para su determinación y capacidad civil relativa para ejercer derechos y obligaciones, por medio de Representantes Legales.

El estudio de las Asociaciones Profesionales, comprende: los principios que las fundamentan, el objeto y los fines, las formas de organización, el contenido de los estatutos, reconocimiento jurídico y disolución.

⁴¹ <http://pbox.wordpress.com/2007/12/17/periodico/>

La propuesta de estudio, discrimina lo concerniente a los Sindicatos y al Comité de Empresa, aun cuando las diferencias no son trascendentes.⁴²

1.5.1.- Principios fundamentales

Los principios fundamentales que garantizan las Asociaciones de Trabajadores, son: la Libertad de Asociación, la protección del Estado y el Reconocimiento Jurídico, manifestado en la Constitución Política de la República y el Código de Trabajo.

- La Constitución Política de la República, en el Art. 31, literal h., garantiza la asociación sindical de los trabajadores y su libre desenvolvimiento de conformidad a la Ley.

- El Código de Trabajo en el Art. 447, obliga que las Autoridades del Trabajo a que auspicien y fomenten la conformación de Sindicatos, Federaciones y Confederaciones, que cumplan con las formalidades y finalidades legalmente establecidas. Se limita el derecho a las empresas o negocios que no tengan por lo menos treinta trabajadores.

Estos principios generales, se consagran al reconocer el derecho de los Trabajadores y Empleados, sin distinción, de constituirse en Asociaciones Profesionales o Sindicatos.

Constituidas de conformidad con la Ley y, cumplido el trámite legal correspondiente, las asociaciones adquieren Personería Jurídica, con capacidad para adquirir derechos y obligaciones, por intermedio de sus representantes.

En la práctica, culminan con el Reconocimiento Jurídico del contrato constitutivo, siendo la Autoridad Competente el Ministerio del Trabajo; el registro, para los fines legales consiguientes, es de responsabilidad de la Dirección General del Trabajo, del mismo Ministerio.⁴³

⁴² derechoecuador.com

⁴³ derechoecuador.com

1.5.2.- Las asociaciones profesionales

Se refiere a las Asociaciones de Trabajadores o Sindicatos, al Comité de Empresa y otras clases de Asociaciones.

Se constituyen al manifestar su voluntad en Asamblea General y tiene como objeto social, la defensa de los intereses económicos y sociales de los miembros.⁴⁴

El sindicato.- Como organización laboral, es la unión libre y voluntaria de personas que ejercen una misma profesión u oficio, que se constituye con carácter permanente y con el objeto de defender los intereses profesionales de sus integrantes para mejorar sus condiciones económicas y sociales.

1.5.3.- Fines de las asociaciones de trabajadores en general

- a). Capacitación Profesional;
- b). El desarrollo y el fomento de la cultura y la educación en general y en particular aplicada a la correspondiente rama de trabajo;
- c). El apoyo mutuo, mediante la formación de cooperativas o cajas de ahorro; y,
- d). Las demás que entrañan en el mejoramiento económico y social de los trabajadores y la defensa de los intereses de clase.⁴⁵

1.5.4.- Contenido de los estatutos

Los estatutos deberán contener los siguientes fines:

1. De los fines: la denominación social y el domicilio.
2. De los socios: la forma de admisión, las obligaciones y los derechos, la permanencia y el retiro. El sistema de faltas y sanciones disciplinarias, los

⁴⁴ derechoecuador.com

⁴⁵ derechoecuador.com

procedimientos de expulsión o exclusión y, la instancia de apelación ante el Inspector de Trabajo;

3. De la Organización: debiendo determinarse; la Asamblea General, el Directorio, la Presidencia o la Secretaría General;
4. De las Asambleas: sus clases: la frecuencia de las ordinarias, la convocatoria, el quórum y demás requisitos para garantizar el normal desenvolvimiento;
5. Del Directorio: con determinación del período de funciones, el número de miembros, la denominación, los requisitos para la elección, las causas y los procedimientos de remoción y, los deberes y atribuciones;
6. Del representante Legal: con determinación de la denominación, el período de funciones, los requisitos para la elección, las obligaciones y derechos y, las causas y procedimientos de remoción;
7. De los Bienes Patrimoniales, precisando las formas de adquisición, administración y enajenación;
8. Los procedimientos para la fijación de las cuotas ordinarias y extraordinarias, el objeto y la forma de pago;
9. De la disolución, la liquidación y la extinción de la asociación profesional;
10. Los demás determinados por las leyes pertinentes o resueltos por la asamblea;
11. En los estatutos se deberá tener en consideración los siguientes asuntos puntuales:
 - La Asamblea General, puede constituirse con la concurrencia de un número no menor al cincuenta por ciento de los Trabajadores.

- La decisión de pertenecer a la Asociación debe constar por escrito; carecen de valor legal las disposiciones que presuman u obliguen la afiliación.
- Puede pertenecer a la Asociación los mayores a los 14 años.
- Las directivas de las Asociaciones de Trabajadores estarán integradas únicamente por trabajadores, aún cuando se trate de secretarios, síndicos, etc.
- Con respecto a las cuotas, se tendrá lo siguiente:
 - La cuota mínima mensual, no podrá ser menor al 1% de la remuneración.
 - El pago de cuotas es obligatorio a todos los trabajadores, incluso a los no sindicalizados.
 - De existir más de un sindicato en la misma empresa o negocio, el trabajador indicará el sindicato al que se debe entregar su cuota.
 - La prohibición de intervenir en actos de política partidista o religiosa.⁴⁶

1.5.5.- El comité de empresa

Es una forma de Asociación de Trabajadores, tiene como funciones específicas el representar a los trabajadores en la celebración de contratos colectivos y en los conflictos colectivos.⁴⁷

⁴⁶ derechoecuador.com

⁴⁷ derechoecuador.com

1.5.6.- Fines Especiales del Comité

- a). Defender los derechos de clase, especialmente cuando se trate de sus afiliados;
- b). Propender al mejoramiento económico y social de sus afiliados;
- c). Representar a los trabajadores afiliados en la negociación y la celebración de los contratos colectivos;
- d). Representar a los trabajadores afiliados en los conflictos colectivos del trabajo;
- e). Resolver todos los asuntos que se presenten entre los miembros del Comité, el Directorio y la Asamblea General, de conformidad con los estatutos; y,
- f) Intervenir en la defensa de los asuntos de interés particular de los afiliados, sea judicial o extrajudicialmente, cuando lo prefiera el interesado.⁴⁸

1.5.7.- La constitución del Comité

Los Trabajadores de toda Empresa que cuenten con treinta o más afiliados, tiene derecho a constituirse en Comité de Empresa, observando las siguientes regulaciones:

- a). La Asamblea General debe contar con la concurrencia de más de cincuenta por ciento de los Trabajadores;
- b). El Directorio del Comité se integrará con representantes de las diversas ramas de trabajo que existan en la Empresa;
- c). Los miembros del Directorio deben ser ecuatorianos, mayores de edad y encontrarse afiliados a la Asociación de la correspondiente rama de trabajo;

⁴⁸ derechoecuador.com

d). Los contenidos de los estatutos se sujetarán a lo manifestado para los sindicatos; y,

e). Los estatutos serán aprobados por el Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos y registrados en la Dirección General de Trabajo.⁴⁹

1.5.8.- Obligaciones del directorio el Comité

a). Cumplir las resoluciones del Comité e informar periódicamente sobre sus actuaciones;

b). Cuidar los bienes patrimoniales del Comité e informar sobre la administración;

c). Formular los proyectos de contratos colectivos y someterlos a la aprobación de la Asamblea General;

d). Suscribir los contratos colectivos aprobados, sujetándose a las disposiciones del estatuto;

e). Vigilar que el Empleador cumpla y no infrinja las cláusulas del contrato colectivo; y,

f). Cumplir con las obligaciones del contrato colectivo, en cuanto correspondan a los miembros del Comité y, sancionar los casos de culpabilidad y responsabilidad.⁵⁰

1.5.9.- Otras formas de asociación

1. Las Asociaciones de Sucursales.- Cuando una Empresa tuviera varias agencias o sucursales en diferentes domicilios o jurisdicciones, los trabajadores de cada una de ellas tiene el derecho para constituirse en

⁴⁹ derechoecuador.com

⁵⁰ derechoecuador.com

Asociación, Sindicato o Comité de Empresa, siempre que cumpla los requisitos legales.

2. Las Asociaciones de Trabajadores del Sector Público.- La legislación laboral reconoce el derecho de constituir asociaciones de trabajadores a quienes presten sus servicios en el sector público. Se deberá tener en consideración el último inciso del Art. 125 de la Constitución Política de la República.
3. Las Asociaciones de Empleadores.- Se reconoce el derecho de asociarse a los Empleadores con fines de defensa de sus intereses.
4. Las Federaciones y Confederaciones.- Las asociaciones se clasifican atendiendo la forma de expresar el consentimiento:
 - Son de primer grado: cuando el consentimiento es manifestado por la persona natural.
 - Son de segundo grado: cuando lo manifiesta la Asociación o persona jurídica.

Las Federaciones y Confederaciones Sindicales, son organizaciones de segundo grado, que se conforman con la participación o la afiliación de sindicatos y de federaciones sindicales.

Con respecto al ámbito de acción, no existe diferenciación; sin embargo, es más propio denominar federación a las organizaciones y confederación a las organizaciones sindicales.

El C. de T. reconoce el derecho de asociación a las asociaciones profesionales de constituirse en Federaciones Sindicales y en Confederaciones, nacionales e internacionales. Para la constitución y reconocimiento jurídico se sujetarán a las disposiciones generales.⁵¹

⁵¹ derechoecuador.com

1.5.10.- El reconocimiento jurídico y las cláusulas para la disolución

El reconocimiento jurídico y específicamente la fecha de inscripción en el Registro de la Dirección General del Trabajo dan inicio a la vida jurídica de la Asociación. La disolución y liquidación, son los actos por medio de los cuales se extingue la persona jurídica.⁵²

1.5.11.- Reconocimiento Jurídico

Es el trámite administrativo, mediante el cual la Asociación adquiere Personería Jurídica, es decir la capacidad para adquirir derechos y obligaciones por intermedio de los Representantes Legales.

Las etapas principales para obtener el reconocimiento, son las siguientes:

1. La asamblea constitutiva;
2. Elaboración y aprobación de los estatutos;
3. Entrega de los documentos; y,
4. Aprobación y el registro.⁵³

1.5.12.- La Asamblea Constitutiva

Tiene como objeto declarar, mediante acta escrita, la constitución de la Asociación Profesional y designar la Directiva Provisional, la que se encargará de poner en conocimiento del Inspector Provincial del Trabajo la constitución de la Asociación y, de la elaboración del proyecto de estatutos

El Inspector Provincial del Trabajo notificará la constitución de la Asociación de Trabajadores, al empleador con fines informativos, dentro de las veinticuatro horas de haber recibido copia certificada del acta de constitución.⁵⁴

⁵² derechoecuador.com

⁵³ derechoecuador.com

⁵⁴ derechoecuador.com

1.5.13.- La elaboración y aprobación de los estatutos

La elaboración del proyecto de estatutos, es de responsabilidad de la Directiva Provisional y deberá sujetarse a las disposiciones legales correspondientes.

Los estatutos deberán ser discutidos y aprobados en un plazo máximo de treinta días, contados desde la fecha de notificación de la constitución de la Asociación.

1.5.14.- La presentación de los documentos

Para obtener el reconocimiento jurídico, los miembros de la Directiva Provisional deberán presentar en el Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos, copia certificada de los siguientes documentos:

- a) Acta constitutiva, con la firma autógrafa de los concurrentes;
- b) La nómina de los trabajadores afiliados a la Asociación, con especificación de: cédula de ciudadanía, domicilio, profesión o especialidad, lugar de trabajo, etc.;
- c) Los estatutos, con la determinación de las sesiones en las que fueron conocidos y aprobados;
- d) La nómina de la Directiva Provisional con indicación de la nacionalidad, profesión, domicilio y lugar de trabajo de los integrantes; y,
- e) De tratarse de reforma de los estatutos, se enviarán las copias certificadas de las actas de las Asambleas Generales, en los que se conocieron y aprobaron.⁵⁵

⁵⁵ derechoecuador.com

1.5.15.- La aprobación y el registro

Recibida la documentación en el Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos, el Ministro, en el plazo de treinta días, aprobará los estatutos y concederá la Personería Jurídica a la Asociación o Sindicato y ordenará el registro en el libro correspondiente de la Dirección General del Trabajo, detallando el nombre y las características.

Si los estatutos contuvieren disposiciones contrarias a la Constitución y a las leyes, el ministerio, dentro del mismo plazo, podrá negar la aprobación y por lo mismo el reconocimiento jurídico, pero deberá notificar a la Asociación o Sindicato, indicando las razones de orden legal que fundamentan la negativa.

En caso de que no se llegare a aprobar los estatutos en el plazo indicado, o no se hubiera notificado la negativa de la aprobación, quedará de hecho reconocida la Personería jurídica.⁵⁶

1.5.16.- La prohibición al empleador

El Empleador no podrá despedir ni desahuciar a ninguna Trabajador, dentro del lapso comprendido entre la notificación de la constitución de la Asociación y el nombramiento de la primera directiva, es decir, con posterioridad al registro de la aprobación de los estatutos.

El amparo es para todos los Trabajadores, hubieran o no suscrito el acta constitutiva. En caso de inobservancia deberá indemnizar al Trabajador con un valor equivalente al sueldo o salario de un año.⁵⁷

1.5.17.- Las causas para la disolución

Atendiendo las disposiciones legales, se debe diferenciar la disolución de las Organizaciones de trabajadores y de los Comités de Empresa. Con respecto a la Organización de Trabajadores, el C. de T., manifiesta que no

⁵⁶ derechoecuador.com

⁵⁷ derechoecuador.com

podrán ser suspendidas o disueltas, sino mediante procedimiento judicial, tramitado ante el Juez del Trabajo.

En cuanto a la disolución del Comité de Empresa, la ley laboral establece como única causa, cuando se produce la reducción del número de trabajadores al 25% del total. La disolución del Comité de Empresa será declarada por el Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos, a pedido de la parte interesada.

Sobre la misma temática, la ley en forma expresa, manifiesta:

- No es causa de disolución del Comité, el hecho de que sus miembros lleguen a ser menos de treinta.
- Los actos y contratos que fraccionen la empresa o negocio no producen la disolución del Comité, aun cuando los trabajadores se dividan en grupos inferiores a quince (treinta).⁵⁸

1.6.- CORPORACIÓN NACIONAL DE ELECTRICIDAD S.A.

1.6.1.- ANTECEDENTES

“El desarrollo del sector eléctrico ecuatoriano puede ser dividido en dos etapas sucesivas pero bien diferenciada. La primera se inicia en mayo de 1961 dirigida por el Instituto Ecuatoriano (INECEL), cuya vida jurídica se prolonga hasta el 31 de Marzo de 1999; y La segunda a partir de la promulgación de la Ley de Régimen del Sector Eléctrico (LRSE), el 10 de Octubre de 1996, se transforma el sector, introduciendo aspectos importantes como la facultad de delegación del Estado al sector privado para la provisión de los servicios de electricidad y además, la segmentación de etapa de las industrias y el establecimiento de una Regulación y Control de los trabajos realizados.

⁵⁸ derechoecuador.com

El INECEL fue creado al amparo de la Ley Básica de Electrificación de 1961 y, según este cuerpo legal, tenía bajo su responsabilidad, todas las actividades inherentes al sector eléctrico (regulación, planificación, aprobación de tarifas, construcción y operación).

Esta entidad era el accionista mayoritario en casi todas las empresas que realizaban la distribución de electricidad del país.

No obstante, a raíz de los severos racionamientos del servicio que sufrió el país a finales de 1992, el Gobierno contrató una consultoría⁵⁹ para realizar los primeros estudios técnicos de reestructuración del sector eléctrico. Como resultado de ello se elaboró un proyecto de ley que recogía los principios del nuevo modelo y una propuesta de marco regulatorio. En febrero de 1995 se conformó el CONAM, la unidad de coordinación para la privatización de empresas públicas (PERTAL), encargándose de la tramitación y revisión del proyecto de ley enviado por el Ejecutivo al Congreso.

En octubre de 1996 se aprueba en el Congreso Nacional la Ley de Régimen del sector eléctrico, la cual sustituyó la Ley Básica de Electrificación.

Con esta base legal y sus reformas posteriores, el INECEL concluyó su vida jurídica el 31 de marzo de 1999, habiéndose encargado al Ministerio de Energía y Minas, a través del Decreto Ejecutivo N° 773, del 14 de abril de 1999, ejecutar todo el proceso del cierre contable, presupuestario, financiero y técnico.

De esta manera los activos del INECEL, (generación y transmisión) y las acciones en 19 y 20 distribuidoras, fueron transferidos en propiedad al Fondo de Solidaridad, quien se constituirá en accionista mayoritario de las nueve seis empresas de generación y una de transmisión que empezaron su operación en abril de 1999.

Así, el ex INECEL se dividió en:

- ✓ Empresas generadoras
- 1. Hidropaute S.A.

⁵⁹CORPORACIÓN NACIONAL DE ELECTRICIDAD (CNEL): www.cnel.gob.ec [folletos]

2. Hidroagoyán S.A.
3. Hidropucará S.A.
4. Termoesmeraldas S.A.
5. Termopichincha S.A.
6. Electroguayas S.A.

- ✓ Empresa nacional de transmisión eléctrica: TRANSELÉCTRIC S.A.
- ✓ Corporación Centro Nacional de Control de Energía: CENACE.
- ✓ Empresa de distribución: que continuaron operando como lo hacían con el INECEL, hasta la negociación de las respectivas concesiones con el CONELEC.

Cabe mencionar que la creación de las empresas generadoras y la transmisora a partir de los activos del ex INECEL, significó también que los pasivos de la empresa estatal sean asumidos por dichas empresas; en tal sentido el Directorio del INECEL, en proceso de Liquidación, expidió la Resolución N° 121/98, en la que asigna a las compañías referidas los pasivos originados en los créditos externos, contratados por el INECEL, por un monto de US \$ 771.537.174”⁶⁰

“El sector eléctrico ecuatoriano presenta rasgos peculiares, que configuran no solo su desarrollo, sino también su reforma institucional, implementada a finales de 1996. En la actualidad este sector, se desenvuelve de acuerdo al nuevo marco legal y regulatorio, vigente desde octubre de 1996, y sus posteriores reformas.

En términos generales, una característica crucial del sector eléctrico es la existencia de economías a escalas de segmentos de la producción, transmisión y distribución. Los costos promedios decrecientes se alcanzan mediante inversiones masivas, las cuales en su mayoría son irreversibles, por ejemplo: (plantas generadoras, líneas de transmisión y redes de distribución). Otro elemento importante se relaciona con el hecho que la electricidad es en gran parte un bien, homogéneo que no puede ser almacenado, de manera que el mercado debe depender de la igualación entre la oferta y la demanda a cada instante.

⁶⁰CORPORACIÓN NACIONAL DE ELECTRICIDAD (CNEL): www.cnel.gob.ec [Folleto].

Esto a su vez implica, que se requiera un esfuerzo importante de coordinación y que como un sistema, el sector de electricidad podría haber exceso o falta de capacidad de energía en las diferentes empresas generadoras del país.

Una tercera característica es que la demanda y la oferta exhiben una variabilidad significativa debido a las condiciones meteorológicas, y la estacionalidad en el consumo. En consecuencia existen importantes, ventajas derivadas de la construcción de sistemas interconectados y establecimiento de contratos a largo plazo.

Estas características sugieren que el sector de electricidad se estructure alrededor de grandes empresas (resultado que se deriva del uso económico de las economías de escalas y la aversión al riesgo) que se conducen posiblemente como monopolios naturales. Tradicionalmente, al menos en los países de desarrollo, el sector público ha mantenido un fuerte control del sector debido a motivos económicos estratégicos o razones políticas. Sin embargo el manejo de estas compañías también ha sido en su mayor parte insatisfactoria⁶¹.

En términos de la importancia de la economía del sector para el Ecuador, se observa que en periodo comprendido entre 1993 y 2002, esta actividad económica representó en promedio alrededor del 1 % al Producto Interno Bruto⁶².

En cuanto al crecimiento del sector para similar periodos, se aprecia que en promedio a esta actividad creció alrededor del 5%, siendo el año de 1999 el de mayor incremento (23%) debido en especial al inicio de la gestión de supervisión y control por parte del CONELEC a los agentes del sector, con lo que se buscó transparentar sin accionar económico; Así también, durante ese año, se otorgaron una serie de concesiones a diferentes empresas, en los tres componentes básicos: generación, transmisión y distribución de energía eléctrica⁶³.

El sistema eléctrico Ecuatoriano, depende en su generación en un 75 % de las plantas hidroeléctricas, en donde solo la central Paute genera un 45% del total de

⁶¹CORPORACIÓN NACIONAL DE ELECTRICIDAD (CNEL): www.cnel.gob.ec [Folleto].

⁶²CORPORACIÓN NACIONAL DE ELECTRICIDAD (CNEL): www.cnel.gob.ec [Folleto].

⁶³CORPORACIÓN NACIONAL DE ELECTRICIDAD (CNEL): www.cnel.gob.ec [Folleto].

⁹CORPORACIÓN NACIONAL DE ELECTRICIDAD (CNEL): www.cnel.gob.ec [Folleto].

energía requerida⁶⁴. Se aprecia un descuido por parte de las autoridades gubernamentales para invertir en modernas plantas hidroeléctricas: en donde el estado es el único dueño de las empresas generadoras hidroeléctricas y no hay aperturas en alianzas estratégicas”

Se conformó mediante la fusión de las ex empresas de distribución disueltas: Bolívar, El Oro, Esmeraldas, Guayas-Los Ríos, Manabí, Milagro, Los Ríos, Santo Domingo, Península de Santa Elena y Sucumbíos.

La Corporación Nacional de Electricidad, CNEL, implementa varios proyectos para mejorar la atención a sus clientes como son:

- El Centro de contacto corporativo – Contact Center – y el
- Sistema de atención de reclamos, SAR.

Aprovechando los avances de la tecnología en el campo de las telecomunicaciones, informática y una vez establecidos los procedimientos para la atención de los diferentes requerimientos de los clientes que se pueden presentar, podemos poner a disposición de nuestros clientes el sistema para la atención de sus necesidades. El esquema para que los clientes dispongan de los canales adecuados de comunicación con la Corporación: teléfono, celular, mensajes de texto, correo electrónico, página WEB, chat, atención en ventanillas, comunicaciones escritas, entre otras, para que se presenten los requerimientos de orden: técnico, comercial, daño de equipos, entre otros⁶⁵.

1.6.2.- Recursos humanos

En cuanto a la reorganización de recurso humano se ha previsto el desarrollo de dos consultorías. La primera denominada consultoría de procesos y la segunda orgánica

⁶⁵CORPORACIÓN NACIONAL DE ELECTRICIDAD (CNEL): www.cnel.gob.ec [Folleto institucional].

estructural, lo que permitirá un nuevo y eficiente modelo de gestión, con el soporte de un software informático lo que permitirá el control y la automatización de las actividades y procesos.

El proceso está contratado y tendrá como resultado el diseño de la estructura orgánica y el número óptimo de empleados para operar en la empresa.

Se han iniciado contratación de servicios especializados de toma de lecturas y corte y re-conexión que significaran una reducción del 10% de la nómina aproximadamente.

1.6.3.- Call center

Con este sistema la ciudadanía podrá comunicarse al #1800-263537 y exponer su reclamo o inconveniente a la persona encargada de dicha actividad; ella atenderá y registrará la petición para luego direccionarla a la compañía presentándola al área correspondiente para la respectiva solución.

El objetivo del *Call Center* es brindar un mejor servicio de atención al cliente a los distintos abonados que soliciten ayuda en caso de emergencias sobre el servicio eléctrico.

Utilizando la tecnología WAP⁶⁶ a través de una dirección web, el abonado puede consultar su saldo a través del teléfono celular.

1.6.4.- Asociación de empleados de CNEL EP Manta (ASOELECTRIC)

1.-La Asociación de empleados de CNEL Manta fue creada en manta en 1970, en Abril del 1974 mediante acuerdo ministerial No-4572 con el nombre de INECEL dictado por el ministro de trabajo y bienestar social Dr. Ramiro Larrea Santos e inscrita en la estadística de la dirección general de trabajo en la misma fecha bajo el número 405 folio 26 del registro 14 como una corporación de derecho privado y sin fines de lucros.

⁶⁶ WAP: *Wireless Application Protocol* o WAP (protocolo de aplicaciones inalámbricas) es un estándar abierto internacional para aplicaciones que utilizan las comunicaciones inalámbricas, p.ej. acceso a servicios de Internet desde un teléfono móvil.

Desde ese tiempo a la presente fecha ha cambiado el marco jurídico que regula la organización y especialmente la relacionada con la norma constitucional, laborable y contrastuales.

Que desde la constitución de la Asociación, los empleados dependientes de INECEL han venido sufriendo los cambios de denominación constante de la institución donde laboran, en dicha institución habiéndose transformados de INECEL en SERM, posteriormente en EMELMANABI S.A y luego en CNEL y en la actualidad en CNEL EP.

Los acontecimientos más importantes dentro de la asociación de empleados de CNEL EP está la restructuración del estatuto actual del régimen de asociaciones abalizado por el ministerio de trabajo y bienestar social, y en la actualidad el nuevo estatuto del régimen de regulación para asociaciones se garantizara la igualdad de derecho y obligaciones de los socio prohibiéndose la concesión de privilegios en consideración al monto de aportaciones o a la calidad de fundadores, benefactores u otras.

Los logros alcanzados de parte de la directiva fue la arquucin de lotes de terreno a los socio de dicha institucion creando un complejo deportivos, dando como resultado el incrementos de socios

1.6.5.- Directivas anteriores y actuales

Cesar Proaño Pozo; Roberto Chon Gómez; Luis Cobo; Ketier Solòrzano; Gladys Carbo Miranda; Gustavo Mendoza Cornejo; Eloy Reyes Cardenas; Joge Cadena Santana; Jose Castro González; Gustavo Reyes Montalvan; Hugo Vargas Cedeño; Daniel Leiton Catgua; Galo Villalva Perero Y Cèsar Proaño Carbo.

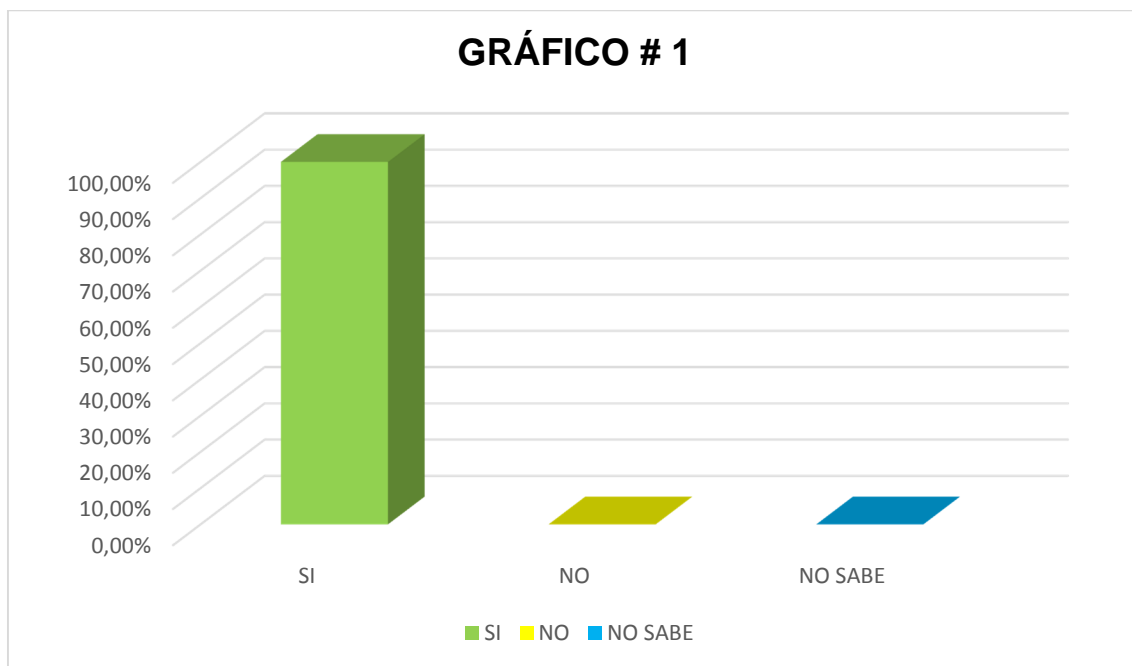
CAPÍTULO II

2.-DIAGNÒSTICO O MUESTRA DE ESTUDIO

ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS MIEMBROS DE LA ASOCIACIÓN DE EMPLEADOS Y TRABAJADORES DE CNEL, CENELEP, MANTA

1. ¿Considera usted que se debe crear un informativo institucional para difundir las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-EP Manta?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	73	100,00%
No	0	0,00%
No Sabe	0	0,00%
TOTAL	73	100,00%



Fuente: Miembros de Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL, Manta
Realizado por: Ramiro Alonso Pinargote

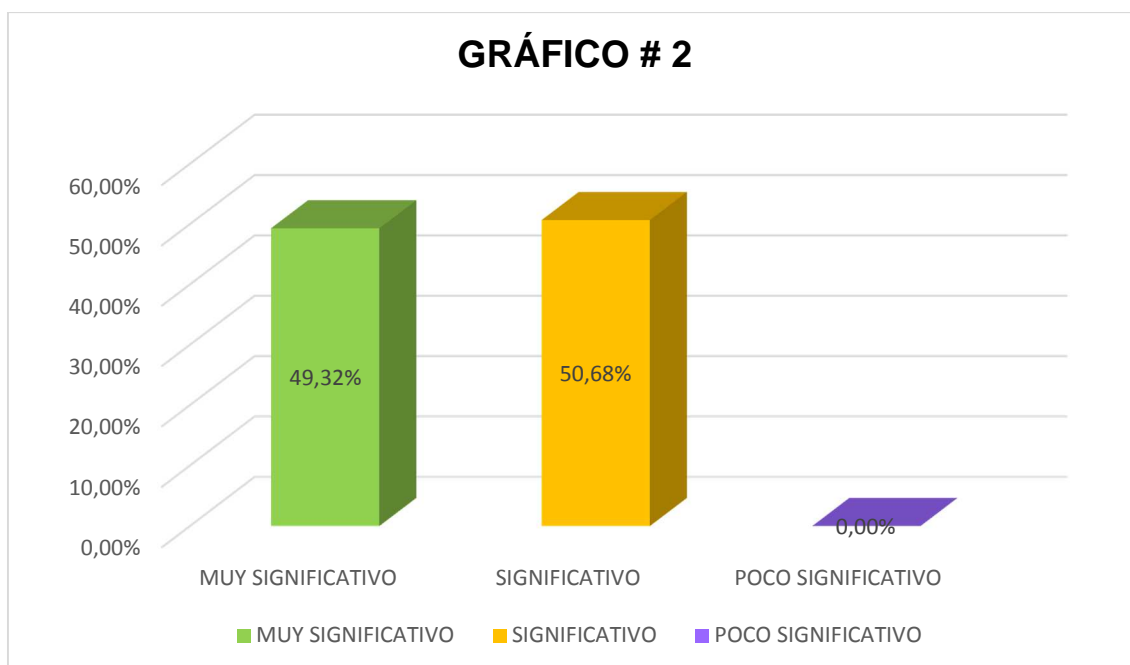
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El gráfico muestra que el 100% “Si” considera que se debe crear un informativo institucional para difundir las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-EP Manta, un 0% opina que “No sabe” y que “No”.

En consecuencia los encuestados consideran que se debe crear un informativo institucional para difundir las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-EP Manta.

2. ¿De acuerdo a su criterio cree usted que primero hay que examinar las notas informativas, estilos y géneros periodísticos que se utilizarán para publicar las actividades laborales y sociales?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Muy Significativo	36	49,32%
Significativo	37	50,68%
Poco Significativo	0	0,00%
TOTAL	73	100,00%



Fuente: Miembros de Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL, Manta
Realizado por: Ramiro Alonso Pinargote

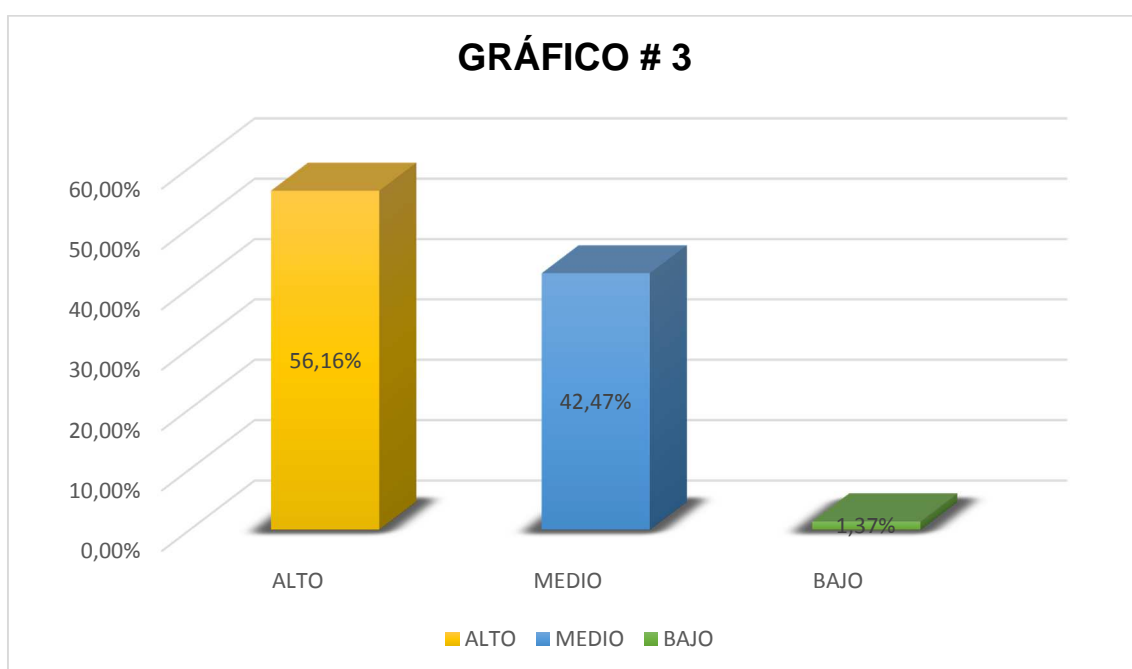
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los porcentajes muestran que un 50,68% consideran un nivel “Significativo” que primero hay que examinar las notas informativas, estilos y géneros periodísticos que se utilizarán para publicar las actividades laborales y sociales; un 49,32% para el nivel “Muy Significativo”; y un 0% en el nivel “Poco Significativo”.

Según los resultados la acción de primero examinar las notas informativas, estilos y géneros periodísticos que se utilizarán para publicar las actividades laborales y sociales se encuentra en un nivel significativo.

3. ¿Cree usted que con la creación del periódico institucional se promoverán e informarán las actividades laborales y sociales que se realizan en CNEL-EP Manta?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Alto	41	56,16%
Medio	31	42,47%
Bajo	1	1,37%
TOTAL	73	100,00%



Fuente: Miembros de Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL, Manta
Realizado por: Ramiro Alonso Pinargote

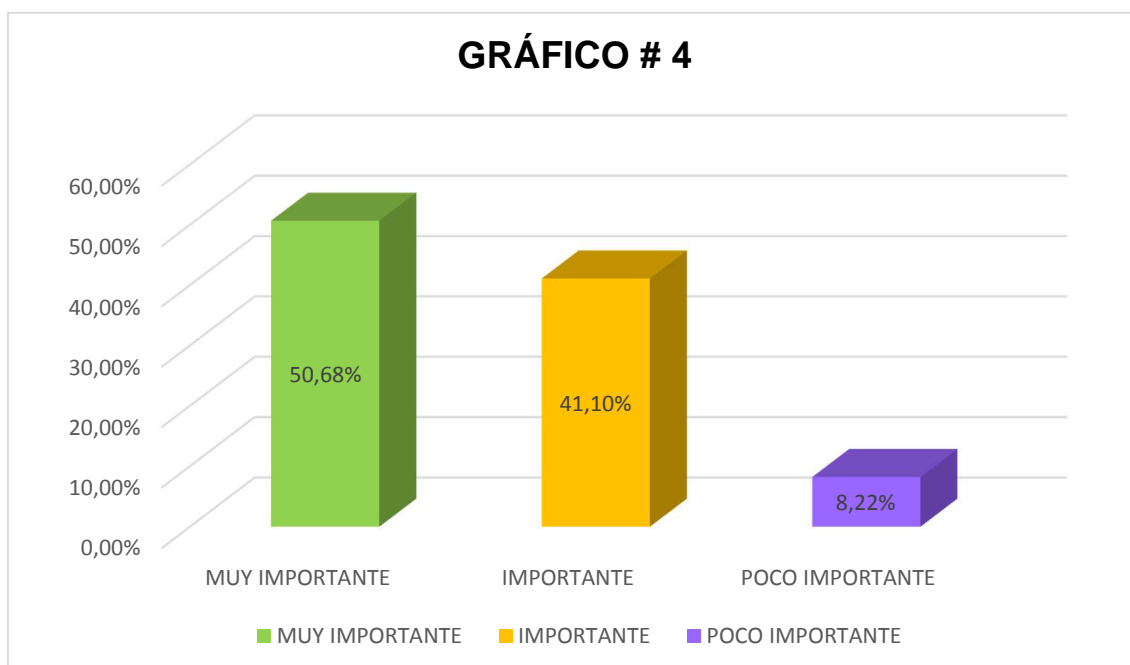
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Un 56,16% de los encuestados estipula un nivel “Alto” que con la creación del periódico institucional se promoverán e informarán las actividades laborales y sociales que se realizan en CNEL-EP Manta; un 42,47% para el nivel “Medio”; y 1,37% para el nivel “Bajo”.

Se muestra que con la creación del periódico institucional se incrementara la promoción e información de las actividades laborales y sociales que se realizan en CNEL-EP Manta.

4. ¿De acuerdo a su criterio cree que proponiendo a los directivos de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-EP Manta, la creación de un informativo institucional que difunda las actividades laborales y sociales de este organismo clasista?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Muy Importante	37	50,68%
Importante	30	41,10%
Poco Importante	6	8,22%
TOTAL	73	100,00%



Fuente: Miembros de Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL, Manta
Realizado por: Ramiro Alonso Pinargote

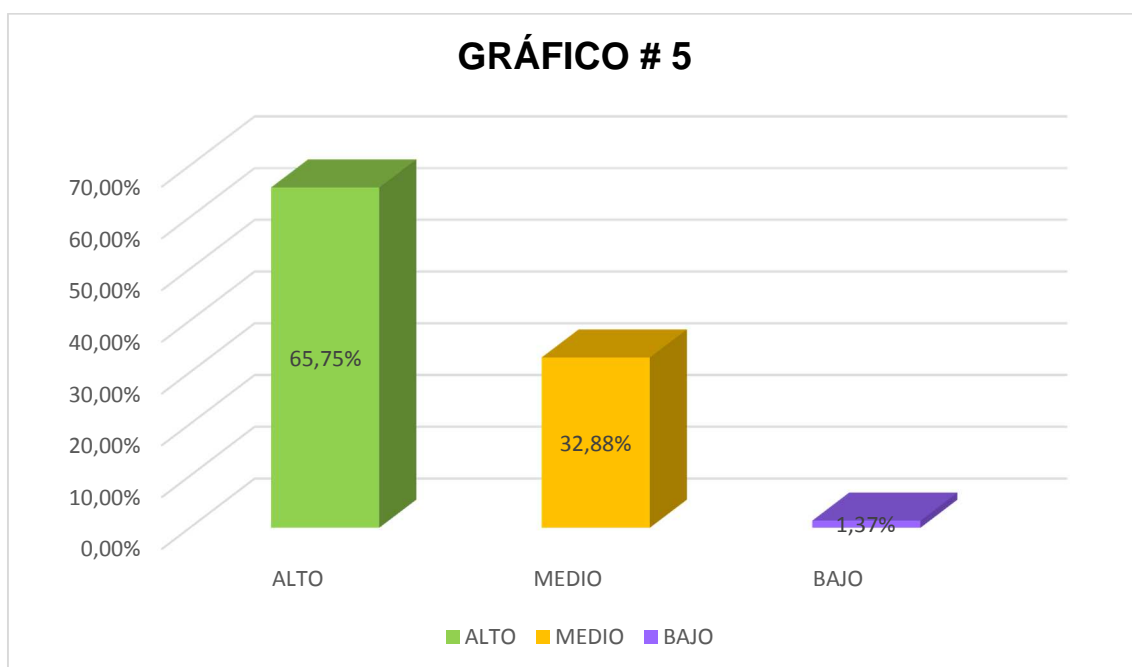
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Un 50,68% cree “Muy Importante” que proponiendo a los directivos de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-EP Manta, la creación de un informativo institucional que difunda las actividades laborales y sociales de este organismo clasista; un 41,10% “Importante” y un 8,22% “Poco Importante”.

Los encuestados determinan en un nivel Importante que proponiendo a los directivos de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-EP Manta, la creación de un informativo institucional que difunda las actividades laborales y sociales de este organismo clasista.

5. ¿Considera usted que con la creación de un informativo institucional que difunde las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores incide positivamente en CNEL-EP Manta?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Alto	48	65,75%
Medio	24	32,88%
Bajo	1	1,37%
TOTAL	73	100,00%



Fuente: Miembros de Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL, Manta
Realizado por: Ramiro Alonso Pinargote

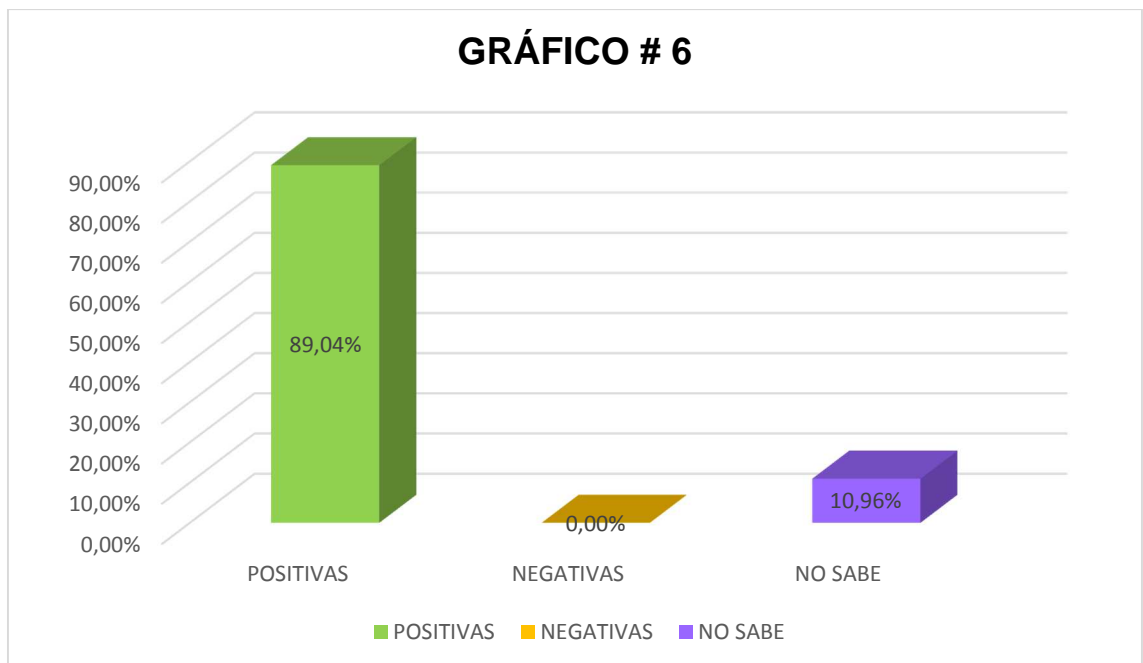
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Un 65,75% de los encuestados estipula un nivel “Alto” que con la creación de un informativo institucional que difunde las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores incide positivamente en CNEL-EP Manta; un 32,88% para el nivel “Medio”; y 1,37% para el nivel “Bajo”.

Se muestra que con la creación de un informativo institucional que difunde las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores incide positivamente en CNEL-EP Manta.

6. ¿Cuáles son las ventajas que brindará la creación de un periódico institucional de CNEL-EP Manta, que difunda las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Positivas	65	89,04%
Negativas	0	0,00%
No Sabe	8	10,96%
TOTAL	73	100,00%



Fuente: Miembros de Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL, Manta
Realizado por: Ramiro Alonso Pinargote

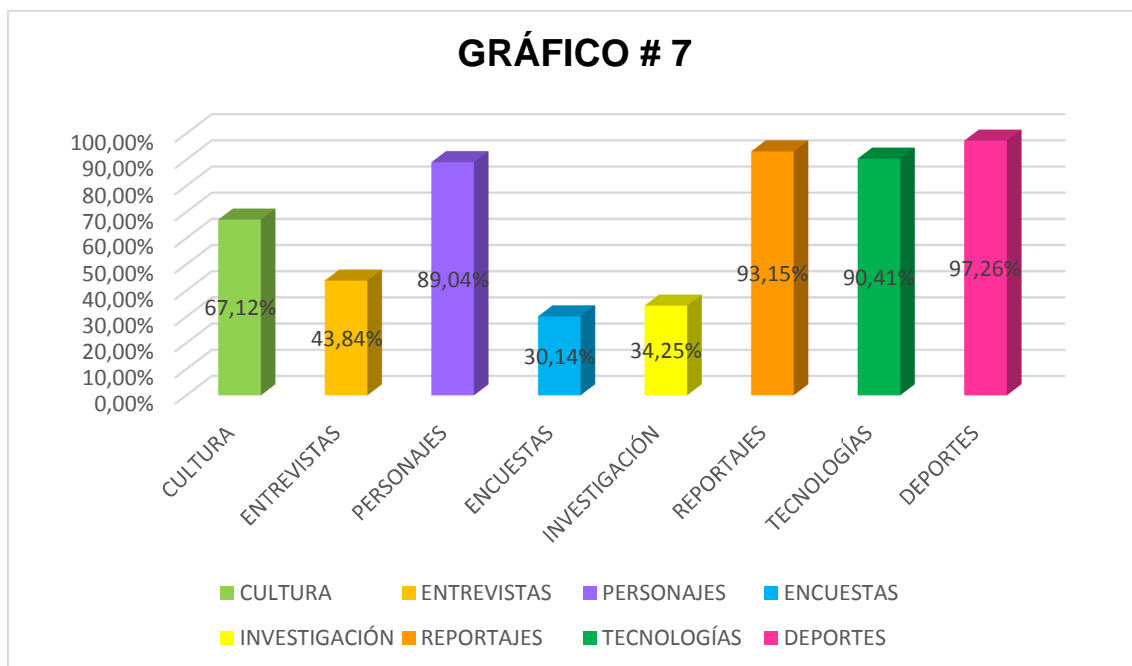
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El gráfico muestra que un 89,04% considera “Positivo” las ventajas que brindará la creación de un periódico institucional de CNEL-EP Manta, que difunda las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores, un 0% opina “Negativas” y un 10,96% que “No Sabe”.

En consecuencia los encuestados consideran positivo las ventajas que brindará la creación de un periódico institucional de CNEL-EP Manta, que difunda las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores.

7. De acuerdo a su criterio, ¿qué tipos de contenidos le gustaría se publiquen en el periódico institucional de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-EP Manta?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Cultura	49	67,12%
Entrevistas	32	43,84%
Personajes	65	89,04%
Encuestas	22	30,14%
Investigación	25	34,25%
Reportajes	68	93,15%
Tecnología	66	90,41%
Deportes	71	97,26%
TOTAL	73	100,00%



Fuente: Miembros de Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL, Manta
Realizado por: Ramiro Alonso Pinargote

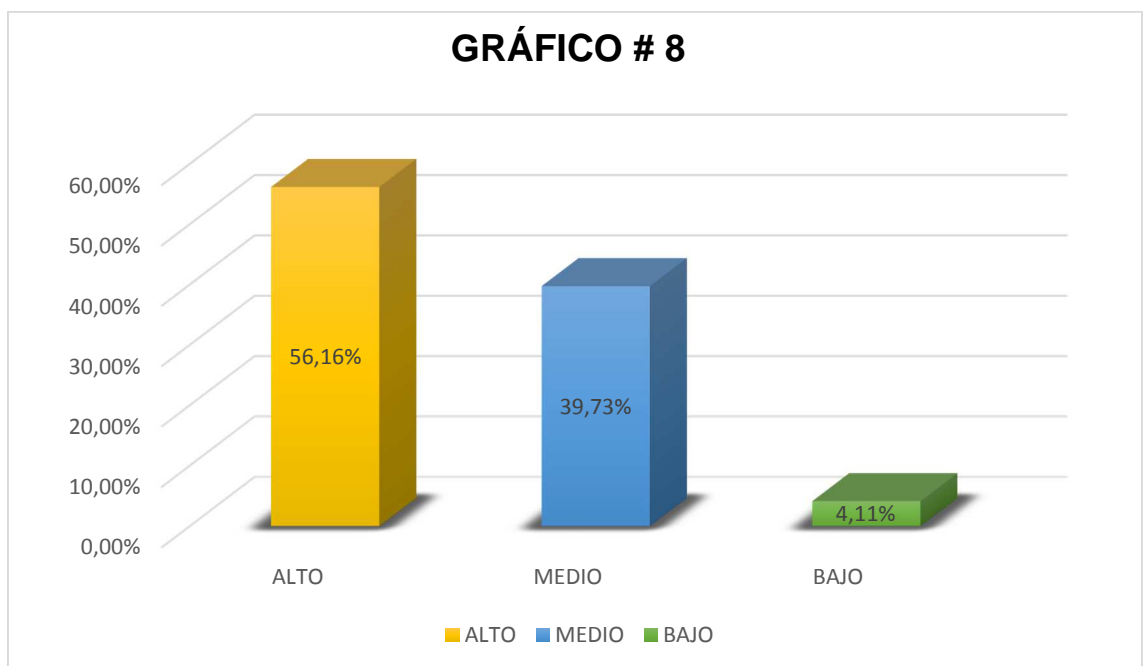
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 67,12% de los encuestados sugiere a “Cultura” como el tipo de contenido que se publiquen en el periódico institucional de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-EP Manta; un 43,84% “Entrevistas”; 89,04% “Personajes”; un 30,14% “Encuestas”; 34,25% “Investigación”; un 93,15% “Reportajes”; un 90,41% para “Tecnología” y el 97,26% para “Deportes”.

Se determina que las sugerencias que resaltan como el tipo de contenido que se publiquen en el periódico institucional de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-EP Manta son Personajes, Reportajes, Tecnología y Deportes.

8. ¿Cree usted que con la creación del periódico institucional de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-EP Manta, esta empresa será informada adecuadamente de los eventos laborales y sociales que se desarrollan internamente?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Alto	41	56,16%
Medio	29	39,73%
Bajo	3	4,11%
TOTAL	73	100,00%



Fuente: Miembros de Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL, Manta
Realizado por: Ramiro Alonso Pinargote

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Un 56,16% de los encuestados estipula un nivel “Alto” que con la creación del periódico institucional de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-EP Manta, esta empresa será informada adecuadamente de los eventos laborales y sociales que se desarrollan internamente; un 39,73% para el nivel “Medio”; y 4,11% para el nivel “Bajo”.

Se muestra que con la creación del periódico institucional de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-EP Manta, esta empresa será informada adecuadamente de los eventos laborales y sociales que se desarrollan internamente.

CAPÍTULO III

3.- PROPUESTA

3.1.- PROGRAMA DE EDICIÓN, ESTRUCTURACIÓN Y CIRCULACIÓN DE UN INFORMATIVO INSTITUCIONAL PARA LA ASOCIACIÓN DE EMPLEADOS Y TRABAJADORES DE CNEL-CENELEP, MANTA

3.1.1.- INTRODUCCIÓN DE LA PROPUESTA

La Asociación de Empleados y Trabajadores de la Corporación Nacional de Electrificación, de CENELEP Manta, desea fortalecer y colaborar con su participación operativa e intelectual con la organización en la cual trabajan. En la edición, estructuración y circulación de un informativo institucional que les permita inmiscuirse y proyectarse dentro de CNEL y la sociedad en general.

Para el efecto sus directivos agremiados han planificado la creación y consecuentemente la edición, organización y promoción de un informativo organizacional con informaciones de la directiva vigente, autoridades, proyectos e intenciones de fortalecimiento institucional con notas de hechos y acontecimientos que suceden dentro de la vida colectiva o corporativa de una empresa cuya misión y visión está supeditada en otorgar servicios de energía eléctrica para los habitantes de cada uno de los veinte y dos cantones de la geografía manabita.

3.1.2.- FUNDAMENTACIÓN

El informativo institucional producido y elaborado por la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL Manta, permitirá consolidar el flujo de la comunicación interna y externa dentro de la empresa, mejorar las relaciones interpersonales entre los coasociados y evaluar las funciones ejecutivas de los directrices de CNEL. Además de promocionar la diversidad de hechos y acontecimientos que se desarrollan dentro de la institución eléctrica.

Estructurar y publicar un medio alternativo institucional no es una tarea fácil, se requiere de preparación y conocimiento periodístico para presentar un producto que fortalecerá la imagen del sector laboral y organizacional. Por ello el deseo expreso de la Asociación de Empleados y Trabajadores de colaborar con un medio de comunicación que les identifique y otorgue una marca dentro del medio donde se desenvuelven.

3.1.3.- OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

OBJETIVO GENERAL

Edición y publicación de un informativo institucional para la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-CENELEP, Manta.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Organizar y facultar a los miembros de la Asociación en equipo de trabajo en desempeño y tareas a realizar.
- Preparar las notas y géneros periodísticos que se manejarán dentro del contexto de páginas y secciones.
- Circular el informativo institucional por departamentos, secciones y oficinas directrices de la empresa CNEL Manta, como oficinas del sector público y privado de la ciudad puerto.

3.1.4. POSIBLES ACTIVIDADES

- Conversar con autoridades administrativas, dirigentes de la Asociación de Empleados y Trabajadores; y especialistas en periodismo sobre la edición, estructuración y circulación de un informativo institucional para el sector operativo y administrativo de CNEL Manta.
- Organizar sesiones de trabajo con los periodistas y especialistas en informativos institucionales.
- Desarrollar seminarios y talleres, conferencias, video conferencias y capacitación donde se expongan las diferentes temáticas planificadas en la propuesta.
- Socializar la propuesta con los coasociados y los directrices de CNEL Manta.
- Hacer conocer a través de los medios de comunicación escrita, radiales y televisivos los resultados de la propuesta de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL Manta.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Conclusiones en concordancia al objetivo general que señala: Determinar la creación de un informativo institucional para difundir las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-EP Manta.

Por medio del presente estudio se determinó que se debe crear un informativo institucional para difundir las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-EP Manta.

Conclusiones en concordancia al primer objetivo específico que señala: Examinar las notas informativas, estilos y géneros periodísticos que se utilizarán para publicar las actividades laborales y sociales.

Se identifica la importancia de primero examinar las notas informativas, estilos y géneros periodísticos que se utilizarán, para publicar las actividades laborales y sociales.

Conclusiones en concordancia al segundo objetivo específico que señala: Promover e informar las actividades laborales y sociales que se realizan en CNEL-EP Manta.

Se muestra que con la creación del periódico institucional se incrementara la promoción e información de las actividades laborales y sociales que se realizan en CNEL-EP Manta.

Conclusiones en concordancia al tercer objetivo específico que señala:

Proponer a los directivos de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-EP Manta, la creación de un informativo institucional que difunda las actividades laborales y sociales de este organismo clasista.

Se demuestra la importancia de proponer a los directivos de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-EP Manta, la creación de un informativo institucional que difunda las actividades laborales y sociales de este organismo clasista.

Conclusiones en concordancia a la hipótesis que señala: La creación de un informativo institucional que difunde las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores incide positivamente en CNEL-EP Manta.

Se concluye que con la creación de un informativo institucional que difunda las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores incidirá positivamente en CNEL-EP Manta.

Conclusiones en concordancia al trabajo de campo:

Se define que son positivas las ventajas que brindará la creación de un periódico institucional de CNEL-EP Manta, que difunda las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores.

Se demuestra que con la creación del periódico institucional de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-EP Manta, esta empresa será informada adecuadamente de los eventos laborales y sociales que se desarrollan internamente.

RECOMENDACIONES:

Recomendaciones en concordancia al objetivo general:

Crear un informativo institucional para difundir las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-EP Manta.

Recomendaciones en concordancia al primer objetivo específico:

Examinar las notas informativas, estilos y géneros periodísticos que se utilizarán, para publicar las actividades laborales y sociales.

Recomendaciones en concordancia al segundo objetivo específico:

Considerar que con la creación del periódico institucional se incrementara la promoción e información de las actividades laborales y sociales que se realizan en CNEL-EP Manta.

Recomendaciones en concordancia al tercer objetivo específico:

Proponer a los directivos de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-EP Manta, la creación de un informativo institucional que difunda las actividades laborales y sociales de este organismo clasista.

Recomendaciones en concordancia a la hipótesis:

Considerar que con la creación de un informativo institucional que difunda las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores incidirá positivamente en CNEL-EP Manta.

Recomendaciones en concordancia al trabajo de campo:

Fortalecer las ventajas que brindará la creación de un periódico institucional de CNEL-EP Manta, que difunda las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores.

Se sugiere que el tipo de contenido que se publiquen en el periódico institucional de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-EP Manta sean Personajes, Reportajes, Tecnología y Deportes.

BIBLIOGRAFÍA

1. Apuntesytrabajos.files.wordpress.com
2. CORPORACIÓN NACIONAL DE ELECTRICIDAD (CNEL): www.cnel.gob.ec
[folletos]
3. derechoecuador.com
4. Lore Báez. El perfil periodístico. 2013;
es.slideshare.net/lorenitabaezdebuitrago/el-perfil-periodstico
5. Luka Brajnovic, Tecnología de la información 2da. Edición , Pamplona 1974.
6. Moles Abraham, "Grafismo Funcional" Barcelona, Editorial Ceac, 1988.
7. MORENO, A.; Op- Cit.
8. Orlando Cáceres Ramírez; Crónica periodística, Experto de Ortografía y redacción, conceptos y ejemplos
eglassespanol.about.com/od/redaccionperiodistica/a/Cr-Onica-Period-Istica.htm.
9. pbox.wordpress.com/2007/12/17/periodico/
10. Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI
11. Torres y Quizhpi, "Proyecto de creación de un periódico semanario para Ricaurte", Ecuador, 2010.
12. Valdés (1989); La noticia, la objetividad periodística, el boletín informativo, la revista informativa. 1989, página 28. Editorial Quipus, CIESPAL, Ecuador.
13. Villafaña, Georgina, Educación visual, Conocimientos básicos para el diseño, México, Trillas 2003, Editorial Trillas S.A. de C.V., pág. 34
14. www.eumed.net/rev/cccsc/07/mrdl.htm
15. www.uclm.es/



**ANEXOS
ANEXO # 1**



UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO" DE MANABÍ

**FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
CARRERA DE PERIODISMO**

Encuesta dirigida a los empleados y trabajadores de CNEL-CENELEP Manta

OBJETIVO:

Recabar información para determinar la creación de un informativo institucional para difundir las actividades laborales y sociales de la asociación de empleados y trabajadores de CNEL-CENELEP Manta, durante el año 2014.

Estimado Joven, Señor o Señora:

Un egresado de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, Facultad Ciencias de la Comunicación, carrera: Periodismo, está realizando un estudio previo a la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la comunicación y cuyo objetivo es determinar la creación de un informativo institucional para difundir las actividades laborales y sociales de la asociación de empleados y trabajadores de CNEL-CENELEP Manta, durante el año 2014.

NOTA: Ruego a usted proporcionar los datos verdaderos y con letra clara.

Datos Generales:

Edad:..... Sexo:.....

Lugar de residencia:.....Lugar de trabajo:.....

Indicaciones:

Señale con una X en el casillero de la respuesta que estime conveniente.

1. ¿Considera usted que se debe crear un informativo institucional para difundir las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL- CENELEP Manta?

SÍ NO NO SABE

2. ¿De acuerdo a su criterio cree usted que primero hay que examinar las notas informativas, estilos y géneros periodísticos que se utilizarán para publicar las actividades laborales y sociales?

MUY SIGNIFICATIVO SIGNIFICATIVO POCO SIGNIFICATIVO

3. ¿Cree usted que con la creación del periódico institucional se promoverán e informarán las actividades laborales y sociales que se realizan en CNEL-CENELEP Manta?

ALTO MEDIO BAJO

4. ¿De acuerdo a su criterio cree que proponiendo a los directivos de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-CENELEP Manta, la creación de un informativo institucional que difunda las actividades laborales y sociales de este organismo clasista?

MUY IMPORTANTE IMPORTANTE POCO IMPORTANTE

5. ¿Considera usted que con la creación de un informativo institucional que difunde las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores incide positivamente en CNEL-CENELEP Manta?

ALTO MEDIO BAJO

6. ¿Cuáles son las ventajas que brindará la creación de un periódico institucional de CNEL-CENELEP Manta, que difunda las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores?

POSITIVAS NEGATIVAS NO SABE

7. ¿De acuerdo a su criterio, ¿qué tipos de contenidos le gustaría se publiquen en el periódico institucional de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-CENELEP Manta?

CULTURA	<input type="checkbox"/>	INVESTIGACIÓN	<input type="checkbox"/>
ENTREVISTAS	<input type="checkbox"/>	REPORTAJES	<input type="checkbox"/>
PERSONAJES	<input type="checkbox"/>	TECNOLOGÍA	<input type="checkbox"/>
ENCUESTAS	<input type="checkbox"/>	DEPORTES.	<input type="checkbox"/>

8. ¿Cree usted que con la creación del periódico institucional de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-CENELEP Manta, esta empresa será informada adecuadamente de los eventos laborales y sociales que se desarrollan internamente?

ALTO MEDIO BAJO

GRACIAS POR SU COOPERACIÓN



**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ
FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
CARRERA: PERIODISMO**



Entrevista dirigida a las autoridades de la Asociación de Empleados y trabajadores de CNEL-CENELEP Manta

Estimado (a): Señor (a):

Un egresado de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Facultad Ciencias de la Comunicación, carrera de Periodismo, está realizando un estudio previo a la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la comunicación y cuyo objetivo es determinar la creación de un informativo institucional para difundir las actividades laborales y sociales de la asociación de empleados y trabajadores de CNEL-CENELEP Manta, durante el año 2014.

Datos Generales:

Nombre:.....

Título Profesional:.....

Cargo:.....

Fecha:

- 1. ¿Considera usted que se debe crear un informativo institucional para difundir las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-CENELEP Manta?**
- 2. ¿De acuerdo a su criterio cree usted que primero hay que examinar las notas informativas, estilos y géneros periodísticos que se utilizarán para publicar las actividades laborales y sociales?**
- 3. ¿Cree usted que con la creación del periódico institucional se promoverán e informarán las actividades laborales y sociales que se realizan en CNEL-CENELEP Manta?**
- 4. ¿De acuerdo a su criterio cree que proponiendo a los directivos de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-CENELEP Manta, la creación de un informativo institucional que difunda las actividades laborales y sociales de este organismo clasista?**

ANEXO # 2

ENTREVISTA # 1

NOMBRE: Ing. César Proaño

FUNCIÓN: Presidente de Asociación ASOELECTRIC

INSTITUCIÓN: CNEL MANTA.

1. ¿Considera usted que se debe crear un informativo institucional para difundir las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-CENELEP Manta?

Realmente sí, todo lo que sea informativo para los socios y los trabajadores en general siempre va a ser importante, y como asociación que estamos trabajando justamente en el tema cultural, social, deportivo, creo que los medios de información cubrirán las actividades que nosotros tengamos programadas, va a ser vital justamente para que las personas que son y pertenecen a nuestra institución se enteren de las actividades que se están programando y obviamente de noticias que se puedan de interés para todos.

2. ¿De acuerdo a su criterio cree usted que primero hay que examinar las notas informativas, estilos y géneros periodísticos que se utilizarán para publicar las actividades laborales y sociales?

Sí ese proceso debe estar encaminado para los periodistas y miembros de la asociación que van a trabajar en ello. Nuestra asociación está encaminada al tema cultural, social y deportivo, si hay alguna otra situación que informar siempre será importante para los socios, pero primordialmente para lo que está concebida la asociación que es la parte cultural en todo sentido.

3. ¿Cree usted que con la creación del periódico institucional se promoverán e informarán las actividades laborales y sociales que se realizan en CNEL-CENELEP Manta?

Sí, a pesar que la asociación es un ente independiente, está conformada por socios que forman parte de CNEL, Unidad de negocios Manabí, obviamente daremos las facilidades en este caso para la apertura del medio de comunicación, para que la empresa si tiene que comunicar algo a sus trabajadores pueda utilizar un medio informativo que sea de la asociación y con información relevante para todos no necesariamente tiene que tener en su estructura temas culturales, sociales y deportivos, puede tranquilamente la empresa informar situaciones oficiales que vayan justamente a eso a informar a todos los que son parte de la asociación.

4. ¿De acuerdo a su criterio cree que proponiendo a los directivos de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-CENELEP Manta, la creación de un informativo institucional que difunda las actividades laborales y sociales de este organismo clasista?

Sí y bajo esa línea vamos nosotros, estamos en un mundo donde las redes sociales predominan y están en todo su apogeo, obviamente que bien utilizadas son medios informativos importantes para informar, comunicar, hasta para prevenir, si ese fuera la intención, entonces sí se daría apertura a la creación del medio, estamos bajo esa línea y de hecho estamos ya creando nuestra página de Facebook, Twitter, que son medios informativos que van a permitir que la asociación comunique a todos sus socios de actividades, eventos, servicios que ofrece y sobre todo de información oficial de la empresa.

ENTREVISTA # 2

NOMBRE: Ing. Marcelo Paredes

FUNCIÓN: Tesorero de Asociación ASOELECTRIC

INSTITUCIÓN: CNEL MANTA.

1. ¿Considera usted que se debe crear un informativo institucional para difundir las actividades laborales y sociales de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-CENELEP Manta?

Por supuesto que se debe crear un informativo institucional para difundir las actividades laborales y sociales de CNEL Manta y la institución.

2. ¿De acuerdo a su criterio cree usted que primero hay que examinar las notas informativas, estilos y géneros periodísticos que se utilizarán para publicar las actividades laborales y sociales?

Debe hacerse un seleccionamiento, pero pensando en la información correcta, más no, siendo selectivo con la información, porque debemos informar siendo democrático de todas las actividades que realiza la asociación.

3. ¿Cree usted que con la creación del periódico institucional se promoverán e informarán las actividades laborales y sociales que se realizan en CNEL-CENELEP Manta?

Esa es la finalidad, de tratar de informar, para eso se crea, para informar con mucha veracidad lo que sucede dentro de nuestra institución.

4. ¿De acuerdo a su criterio cree que proponiendo a los directivos de la Asociación de Empleados y Trabajadores de CNEL-CENELEP Manta, la creación de un informativo institucional que difunda las actividades laborales y sociales de este organismo clasista?

Pienso que la directiva va a acoger con buen sentido esta propuesta porque si difundimos las actividades, nuestro gremio a toda la comunidad de las actividades que estamos realizando y más que todo a los socios nuestros sí serán acogidos con mucho beneplácito por la directiva.

ANEXO # 3



El Ing. César Proaño, Presidente de Asociación ASOELECTRIC de CNEL Manta.



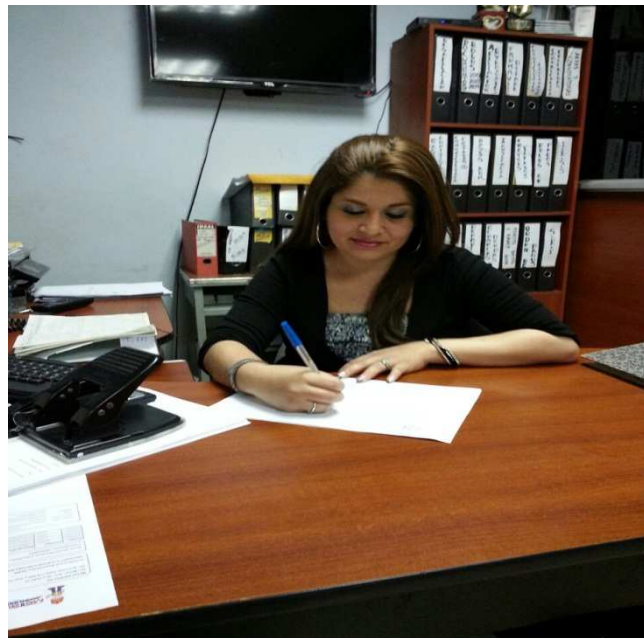
El Ing. Marcelo Paredes, Tesorero de Asociación ASOELECTRIC, de CNEL MANTA.



Personal administrativo que labora en CNEL-CENELEP, Manta, llenando las encuestas para el investigador.



En otra toma personal administrativo y miembros de la Asociación de Empleados de CNEL-CENELEP Manta.



En otro aspecto secretarias de CNEL- CENELEP Manta, llenando las encuestas para Ramiro Alonzo, investigador.