



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA)
DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN:

MENCION COMUNICACIÓN SOCIAL

PROBLEMA:

LA COMPOSICIÓN Y DISEÑO VISUAL EN LA PRENSA ESCRITA
ECUATORIANA DE LOS DIARIOS EXTRA Y SÚPER.

AUTORA:

HILDA MARÍA BUSTAMANTE AGUIRRE

TUTORA:

ING. YAHAIRA LISBETH MORENO BRITO, MSC.

BABAHOYO- MAYO-2019



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de investigación a mis padres quienes han sido mis pilares fundamentales para continuar con mis estudios, siendo para mí una gran satisfacción poder dedicarles este esfuerzo logrado.

A mis padres Eduardo Bustamante y Hilda Aguirre quienes son mi mayor motivación en el transcurrir de mi vida, sin dejar de lado a mi hermano quien con sus consejos me alentaba a continuar hasta lograr la culminación de mi carrera universitaria.

Hilda María Bustamante Aguirre



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por acompañarme todos los días, a mi Tutora por ser mi guía y apoyo incondicional por sobre todo su paciencia en los avances del trabajo de investigación; a mis amigos quienes compartieron diversidad de criterios durante la trayectoria de mi carrera, a mi mejor amiga y madre quien siempre ha sido mi apoyo emocional y a todas las personas que me ayudaron en el desarrollo del presente trabajo de investigación.

Hilda María Bustamante Aguirre



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACION SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



AUTORIZACION DE LA AUTORIA INTELECTUAL

Yo, **HILDA MARIA BUSTAMANTE AGUIRRE**, portadora de la cédula de ciudadanía 120751942-0, en calidad de autor (a) del trabajo de investigación del examen complejivo de grado, previo a la Obtención del Título de Licenciada en Ciencias de la Educación Mención Comunicación Social, declaro que soy autor (a) del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal, con el tema:

LA COMPOSICION Y DISENO VISUAL EN LA PRENSA ESCRITA ECUATORIANA DE LOS DIARIOS EXTRA Y SUPER.

Por la presente autorizo a la Universidad Técnica de Babahoyo, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen.

Hilda María Bustamante Aguirre
Hilda María Bustamante Aguirre

CI: 120751942-0



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL DOCUMENTO
PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA) DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE
GRADO PREVIA A LA SUSTENCIÓN.**

Babahoyo, Abril del 2019

En mi calidad de Tutor de la fase práctica del Examen **Complexivo**, designado por el Consejo Directivo con **oficio No 35**, con **01 de abril**, mediante resolución **CD-FAC.C.J.S.E-SO-003-RES-002-2019**, certifico que el Sr. (a) (ta) **HILDA MARÍA BUSTAMANTE AGUIRRE**, ha desarrollado el documento probatorio (dimensión escrita) del examen **complexivo**:

**LA COMPOSICIÓN Y DISEÑO VISUAL EN LA PRENSA ESCRITA
ECUATORIANA DE LOS DIARIOS EXTRA Y SÚPER.**

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del el documento probatorio (dimensión escrita) del examen **complexivo** y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.

YAJAIRA MORENO, MSc.
DOCENTE DE LA FCJSE.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



RESUMEN

En los medios de comunicación actuales la imagen es uno de sus elementos constituyentes e imprescindibles, cuando un lector va a una glorieta de periódicos, tres son las características principales que diferencia al diario del resto: la mancheta, la tipografía y el diseño propio del periódico.

La mancheta representa la imagen corporativa del medio, puede contener elementos icónicos, la tipografía empleada por un medio constituye su principal característica morfológica, de esta forma un medio empleará una Franklin, Hermes, times o Nimrod de esa forma el lector sabrá las características de su diario favorito y que el lector lo reconozca por su tipografía, sin necesidad de ver la mancheta.

Esta identificación que se vuelve su identidad visual, no se da solo por la tipografía sino también por el diseño específico de la portada, en este aspecto las posibilidades son enormes: utilización o no del color en fotografías y tramas, número de imágenes o tamaño y ubicación habitual de éstas, apertura de la página (dos, tres, cuatro o cinco columnas), presencia de sumarios y llamadas, énfasis vertical u horizontal.

Se puede afirmar, que la prensa escrita ha desarrollado una señalética visual propia que logra que sea reconocido por el lector, esta señalética permite además de su identificación, establecer una jerarquía visual de las notas mediante la diagramación del diario, los responsables del mismo le están diciendo al lector cuáles son los temas más relevantes del día, de cada sección y cuales se consideran secundarios desde un punto de vista.

Palabras claves: Medios escritos, tipografía, fotografía, diagramación, señalética visual.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



INFORME FINAL DEL SISTEMA DE URKUND

En mi calidad de Tutor de la fase práctica del Examen ~~Complexivo~~ de la Sr. (a)(ta) **Hilda María Bustamante Aguirre**, cuyo tema es: **La composición y diseño visual en la prensa escrita ecuatoriana de los diarios Extra y Súper.**, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema ~~Antiplagio~~ **Urkund**, obteniendo como porcentaje de similitud de [3%], resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución.

Considerando que, en el Informe Final el porcentaje máximo permitido es el 10% de similitud, queda aprobado para su publicación.

The screenshot shows the Urkund interface with the following details:

- Document:** HILDA BUSTAMANTE AGUIRRE (202404)
- Submitted:** 2024/05/21 09:00
- Submitted by:** YAHAIRA MORENO (moreno@utb.edu.ec)
- Source:** yhaira.moreno@utb.edu.ec

On the right side, there is a 'Sources' list:

- Bank: Public literature (0)
- Internet: 3 (3)
- Manual sources: 0
- Sources not used: 0

A yellow banner at the bottom indicates: **3%** of the system's plagiarism result (similarity) is greater than 10%.

Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado.


YAHAIRA MORENO, MSc.
DOCENTE DE LA FCJSE



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



RESULTADO DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN

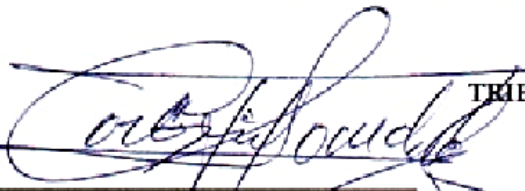
EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE DOCUMENTO PROBATORIO DE EXAMEN COMPLEXIVO, TITULADO: "LA COMPOSICION Y DISEÑO VISUAL EN LA PRENSA ESCRITA ECUATORIANA DE LOS DIARIOS EXTRA Y SUPER".

PRESENTADO POR LA SEÑORITA: HILDA MARIA BUSTAMANTE AGUIRRE

OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:

7,50 (Siete punto cincuenta)

EQUIVALENTE A:


TRIBUNAL

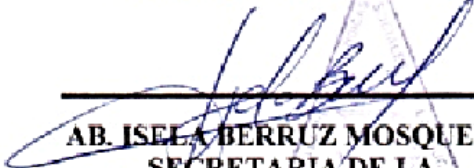
LCDO. SANCHEZ VIDAL
CARLOS RAUL, MSc
DELEGADO DEL DECANO



LCDA. FARIÑO SANCHEZ
NURIK DENISSE, MSc
DOCENTE ESPECIALIZADO



LCDA. ANDRADE BAZAN
MONICA JOSELYN, MSc.
DELEGADO DEL CIDE


AB. ISELA BERRUZ MOSQUERA
SECRETARIA DE LA
FF.CC.JJ.SS.EE



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
JUSTIFICACIÓN	3
OBJETIVOS	4
Objetivo General:	4
Objetivo Específicos:.....	4
SUSTENTOS TEÓRICO	4
TÉCNICAS APLICADAS	14
RESULTADOS OBTENIDOS	15
CONCLUSIÓN	18
BIBLIOGRAFÍA.....	20
ANEXOS.....	21

INTRODUCCIÓN

La composición y diseño visual de la prensa escrita es un componente determinante en el éxito de los mismos. Se debe adaptar a la época y a los tiempos, haciendo que los periodistas estén en una constante renovación, principalmente por la tecnología, las modas, cambios sociales, que generan otros intereses del gran público lector, por la fluctuación económica y por la influencia de la televisión y el internet. Intentando tener el mismo impacto que tienen las publicaciones digitales, nuevas tendencias, más atractivo, innovador y que mejore la experiencia del usuario-lector.

En el libro expuesto por (González & Pérez, 2015, pág. 4), habla sobre los Principios básicos sobre diseño periodístico exponen, “que el diseño periodístico y el diseño gráfico debería separarse ya que hoy en día tiene suficiente entidad como para constituir especialidad propia”. La intención del diseño periodístico es: provocar, no es estructurado al azar, no es casual su composición, el aspecto final del diario responde esencialmente a dos factores, que es lo estético y funcional por parte de los responsables del mismo, tiene que ser capaz de llamar la atención del lector y que al mismo tiempo la distribución de los elementos sea funcional, ayudándolo a percibir y a entender lo que se desea comunicar.

Para (Venerada, 2015, pág. 8), aprender y enseñar producción periodística en gráfica: las contribuciones del diseño gráfico a la experiencia de realizar un medio de prensa escrita en el aula como práctica pre-profesional, así mismo asegura que: “El diseño editorial define la maquetación y composición de toda pieza gráfica como diarios, revistas, libros, folletería, etc. La maquetación es una de las partes más importante ya que trata de la construcción de la retícula o grilla que delimita los márgenes del área donde se justifica el texto y las imágenes logrando mantener homogeneidad en todas sus páginas.”

En la segunda mitad del siglo XVIII empieza el apogeo de la prensa escrita en Ecuador teniendo sus inicios en una época de conmoción social, intelectual y cultural, en

este estado social y político surgió el periódico, Primicias de la Cultura de Quito. Siendo el primer informativo de nuestra historia.

De ahí surgieron nuevos diarios que han tenido que evolucionar y adoptando formulas extranjeras, entre estos está el diario Extra y Súper, informativos de circulación masiva que se caracterizan por el sensacionalismos, en especial el Extra con la crónica roja y fotografías de alto contenido erótico, en la actualidad este tipo de contenidos es más controlado.

El diario Extra y Súper, son diarios que aún se mantienen a nivel nacional, y que se han visto obligados a adaptarse a los tiempo, ¿Los cambios que han hecho o están haciendo, estos medios de prensa tendrán la suficiente influencia visual en la generación actual, denominados millennials?, ¿Están haciendo lo necesario para seguir entreteniendo al lector?. Debido a estas inquietudes se asistirá con investigación y entrevistas a expertos en diseño, para obtener una respuesta objetiva referente a los diarios anteriormente mencionados, abordando de manera comparativa la tendencia de cada diario, enfocándose en las etapas de elaboración de la prensa escrita, diseño y diagramación, guiándose por la sub-línea de investigación de arte y cultura de la Universidad Técnica de Babahoyo.

Se ha elegido esta sub-línea de investigación por la escasa importancia y valor como arte visual a la diagramación o maquetación en el Ecuador. Para entender mejor el punto a tratar se ha realizado una concisa investigación sobre imagen visual y así, obtener una mejor comprensión de la relación existente entre la composición y diseño visual de la prensa escrita.

JUSTIFICACIÓN

Este trabajo es de interés porque se analiza la composición y diseño visual que utiliza el Diario Extra y súper para informar a sus lectores; sin embargo el diario Extra a pesar de ser uno de los más criticado se ha mantenido en el auge de la información a nivel nacional, en cambio el diario Súper es “relativamente nuevo” se denomina a sí mismo “familiar” usando la estrategia de “premiación de la fidelidad”.

El presente estudio analiza la composición y diseño visual que utiliza el Diario Extra y súper para informar a sus lectores; la importancia es en enfocar las diferencias y semejanzas que existen entre ambos, como sus titulares, composición, escritura y el diseño o estructura morfológica, los ha convertido en diarios o periódicos preferidos por el sector popular.

Actualmente existe una era tecnológica siendo las nuevas generaciones el principal consumidor, el uso de los ordenadores, internet y los medios de comunicación en línea es algo muy actual, que se ha expandido con velocidad transformando la percepción de la información. Además la llegada de dispositivos inteligentes, han facilitado la lectura de un diario a través de un formato on line desde cualquier lugar, gracias a su conexión con el internet. El resultado de todas estas novedades sobre la prensa tradicional escrita, explican que “La información on line y on time, desbarata el mismo concepto de periodicidad. El propio proceso de producción y distribución del periódico impreso que inevitablemente requiere un plazo de tiempo que no permite competir en igualdad de condiciones con Internet.”

Por ende el fin del proyecto es abordar de manera comparativa la tendencia de cada diario en las etapas de elaboración de los medios escritos, diseño y diagramación, para obtener una mejor comprensión de la relación existente entre la composición y diseño visual de la prensa escrita; las cuáles puedan ser adoptadas o corregidos por otros medios, para aplicarse en la comunicación dentro de un enfoque integral que exige el mundo Globalizado actual.

Esta investigación permitirá aportar análisis simbólico-visuales y estéticos, lo cual dará otras perspectivas sobre los medios escritos. Acopiara Información de los puntos a analizar y contrastará los resultados para obtener información que permitirá entender la estética de los mismos.

OBJETIVOS

Objetivo General:

Analizar la composición y diseño visual del diario Extra y Súper basado en un estudio comparativo que permita entender la estética utilizada en cada uno de ellos.

Objetivo Específicos:

Investigar los códigos visuales que forman parte de las diferentes secciones de los diarios.

Determinar el tipo de composición y diseño visual implementado por Extra y Súper.

Identificar las diferencias y/o semejanzas de los diarios Súper y Extra mediante un análisis.

SUSTENTOS TEÓRICO

Reseña histórica de la prensa escrita

Antes de Gutenberg, la impresión era muy limitada en el número de ediciones y su propósito era casi únicamente decorativo; Johannes Gutenberg era un artesano e inventor alemán creador de la innovadora máquina de impresión de prensa, la imprenta de este alemán fue el estándar hasta el siglo XX. Inglaterra se convierte en el modelo del

periodismo como actualmente se lo conoce, porque se aprueba la primera "Ley de Prensa Burguesa", el Libel Act, en 1792; la cual se dio por la influencia de la revolución industrial y al ferrocarril, acontecimientos que se suscitaban a finales del Siglo XVIII.

En la Real Audiencia de Quito de la segunda mitad del siglo XVIII empieza el apogeo de la prensa escrita en Ecuador teniendo sus inicios en una época revolucionaria del país, en esta etapa social y político surgió el periódico, Primicias de la Cultura de Quito. Siendo el primer periódico de nuestra historia, publicado el 5 de enero de 1792 por Eugenio de Santa Cruz y Espejo (1747-1795), promotor de la "Sociedad Patriótica de Amigos del País", que había resuelto publicar ese órgano de prensa.

En la tesis presentada por (Yepez, 2011, pág. 13) revisada en el repositorio de la Universidad Particular de Loja con el tema: "Mapa de comunicación del Ecuador", deduce que "la prensa coetánea ecuatoriana tiene al menos 110 años de vida, que surge con el diario guayaquileño "El Telégrafo" en el año 1884. Para el año 1895, ya existían 16 diarios, suscitándose una baja de los mismos hasta el año 1992, obedeciendo esta tendencia al posicionamiento de la radio y la tv como los medios prioritarios por el público. Por otro lado en el año 1996, en el Ecuador existían alrededor de quince periódicos grandes que imprimían un aproximado de 7.60000 ejemplares diarios, de estos, 6 tienen cobertura nacional y 11 circulan dentro de la ciudad y/o provincia de producción y que el 40% de los periódicos referidos se publican en Guayaquil, el 20% en Quito y el 40% restante en otras capitales del país."

A lo largo de la historia de la prensa escrita ecuatoriana, algunos medios impresos han dejado de existir ya sea por presión política, amenazas o rentabilidad. No podemos hablar del diario Súper sin antes nombrar como referencia a su creador intelectual, diario "El Universo", el cual es de mayor cobertura nacional y trayectoria, su línea es informativa. Sin embargo, Súper es lo opuesto; cuyo formato es tabloide y de circulación nacional y tiene aproximadamente 15 años en circulación, siendo su principal competidor el diario "Extra", este se caracteriza por ser un diario amarillista, lo cual ha sido producto de debates y de

estudio por lo polémico de sus notas, el desapareció periodista colombiano Henry Holguín, conocido por ser el iniciador del periodismo sensacionalista en Ecuador; fue el editor de este medio.

Para el editor nacional del diario Súper, (Vera, 2011) indico que fue en Colombia en donde surgió el sensacionalismo, siendo Ecuador uno de los países en adoptarlo como modelo comunicativo, dando lugar a sus secciones y contenidos sexualizados y sangrientos. Uno de los primeros diarios en adaptarlo fue el periódico “Espacio” despertando así el morbo en los lectores.

Diario Extra

El 21 de octubre de 1974 por primera vez aparece edición del Extra tan solo con 32 páginas y un tiraje de 15.000 ejemplares con el valor de \$1.20 sucres. La línea editorial que utilizaban era de actualidades relacionados a violencia extrema, sexo y sangre, categorizado por ser serio o comprendido en las categorías de estudios denominado periódico elite. (Martinez & Ulloa, 2011, pág. 10).

Sus secciones eran basadas en políticas, economía, deportes, temas nacionales e internacionales, mientras que crónica roja estaba en la última página del diario, además era impreso a blanco y negro presentada por portadas rojo y amarillo. Extra inicio de cobertura regional publicada de manera vespertina e inclusive no tenía sección dominical la mayor importancia le daba a los textos grandes restándole protagonismo a las fotografías.

En los años 70 ya era un periódico con cobertura nacional convirtiéndose en el tercer diario del Ecuador y más importante a nivel nacional. En 1989 se evalúan los cambios y la sangre y el sexo se convierten en un componente gráfico fundamental, haciendo del sensacionalismo parte del consumismo cultural, aproximándose a lo deporte, farándula, entre otros.

Los periódicos populares tienen su propio lenguaje que hace que se acerque más a la ciudadanía atrayendo al lector a las emociones intensas, adicionalmente basándose en las crónicas como un género informativo siendo un detalle de recurso comunicacional reforzando la propuesta de que sea más atractivo. El cronista es mucho más que un reportero que describe un acontecimiento o narra, es básicamente un confidente del lector.

Esta sección es exitosa entre los lectores por el tratamiento del texto desde el título hasta el cuerpo de la noticia que busca incrementar un lazo de relación íntima siendo un factor importante que responde en parte a la interrogación de la investigación. La diferencia en estructura editorial de un periódico popular con un periódico de elite es grande, empezando desde cómo está constituida y de qué manera es distinta a las demás por elementos lingüísticos, visuales, gráficos, editoriales entre otros.

Diario Súper

En la ciudad de Guayaquil en agosto del 2005, salió al mercado el diario Súper y al año de su aparición ya mantenía en circulación nacional 55.000 ejemplares. Siendo el más popular por su calidad; sin embargo cuando salió a la venta fue comparado con el diario Extra, pero al poco tiempo el Súper fue marcando su propio rumbo dando noticias de otra forma, aún en sus reportajes de crónica roja, con la visión de buscar el respeto tanto como al lector y a la víctima quien es artífice de la información ofrecida por este medio de prensa escrita.

Según Vera (2011) en su entrevista al Diario Súper se destacaba la privilegiada información deportiva, entre otros temas, como salud, y como estrategia en el mercadeo hicieron que la sección farándula sea popular por la calidad de la redacción, con un buen diseño sin caer en el sensacionalismo, de esta forma hicieron desaparecer las comparaciones iniciales con el diario Extra, y también era importante para Súper diferenciarse de su producto paralelo “El Universo”, y a su vez de su mayor competencia Extra, por la excesiva sangre que se exhibe en sus noticias.

“En el triángulo de prioridades de diario súper, lo primero es entretener, sobre la prioridad de informar y educar”, (Vera, 2011) dentro de sus composiciones está los contenidos relacionados a temas familiares, pasatiempos, casos sobrenaturales como hechos insólitos, también temas vinculados con la comunidad y su accionar cotidiano, crónica roja planteada de una perspectiva irónico respetando las víctimas y familiares, con un lenguaje en los titulares que llamen la atención.

Hoy en día este diario ocupa el cuarto lugar en el índice de lectura a nivel nacional y tercero en Guayaquil, con una circulación mayor de 90.000 ejemplares con ediciones regionales en diferentes partes del Ecuador, entre ellas Santa Elena, Guayaquil, Cuenca y Quito. Además el 51% de lectores son mujeres trabajadoras mientras que el 49% son hombres.¹

No obstante el diario súper tuvo que cambiar de estrategia en la calidad de sus contenidos literarios y gráficos porque no era de gran competencia el Extra.

El éxito que tuvo este diario fue al marcar su propio ritmo editorial, entrar a un grupo de lectores y hacer que se identificaran con su estilo debido a sus líneas formales, con una calidad de diseño visual en topografías de textos, imágenes, paginas, secciones en diferentes contenidos, la composición redacción respetando la ética, los valores periodísticos y la Ley Orgánica de Comunicación. (Martinez & Ulloa, 2011, pág. 12)

Género crónica

El género crónica se sitúa vinculado al que hacer específico dentro de los rasgos de ideación literaria propios al estilo informativo en el nivel de la interpretación. La limitación conceptual de la crónica como narración directa e inmediata de una noticia con elementos valorativos que deben ser secundarios respecto a la narración del hecho que responde más a lo que se “cree” que debería ser la crónica; pero en esencia es una interpretación valorativa de

¹ Estudio realizado por Kantar Media Research publicado en el Universo, año 2016

hechos noticiosos, actuales o actualizados donde se narra algo al propio tiempo que se juzga lo narrado. (Martinez J. , 1983, págs. 360-361)

Diseño visual de la prensa escrita

La impresión digital está ganando terreno frente a la impresión litográfica, se dice que la prensa escrita perecerá por el descenso de las ventas siendo reemplazados por el internet y otros medios, pero el fin del mismo no parece que sea en un futuro inmediato, por eso en los últimos tiempos se ha dado una creciente importancia en el diseño gráfico, edición, diagramación e infografía.

La imagen es una herramienta visual que provee gran información, siendo este una forma de lenguaje desde antaño, se podría decir que la mayor parte de conocimiento se adquiere visualmente y además el pensamiento ocurre de esa misma forma, por ejemplo los artistas que pintaban cuadros, por medio del arte visual exponían sus emociones, ideas o inventos, como en el caso de Leonardo da Vinci quien inventó y dibujó instrumentos que actualmente son usados en la actualidad.

“El Diseño es una actividad creativa que cuyo objetivo es establecer las cualidades poli-facéticas de objetos, de procesos, de servicios y de sus sistemas en ciclos vitales enteros. Por lo tanto, el diseño es el factor central de la humanización innovadora de tecnologías y el factor crucial del intercambio económico y cultural”. Según la definición de Diseño Industrial: International Council of Societies of Industrial Design².

En la época Romana se plasmaban los acontecimientos de las batallas exitosas, en pinturas que informaban el éxito de la lucha al resto; después estos eran plasmados en los muros del anfiteatro de Nocera y Pompeya.

² http://www.ull.es/publicaciones/latina/latina_art75.pdf

(Barnhurst, 1998, pág. 1) asevera “Que a través de muchos siglos, el arte visual sirvió como medio de comunicación para las masas. Se puede decir que los artistas, fueron uno de los primeros periodistas y su medio de informar era la imagen o el arte visual. La imagen, no solo ha revolucionada la forma de leer una noticia también ha despertado el interés en la forma de “diagramar” o trazar líneas en un papel en blanco.”

El pintor español Pablo Picasso inventó el cubismo con Georges Braque, sobre la base de ideas formales, corriente artística de principios del siglo veinte. En sus obras, durante el periodo del cubismo sintético, Picasso utilizó recortes de periódicos con columnas de texto y titulares como formas y texturas al fondo de sus collages. Así es como Picasso llegó a ser el primero en demostrar que la tipografía de prensa es una de las formas que integran las imágenes visuales. Los sucesivos movimientos expresionistas y abstractos exploraron todo el terreno de la forma estética. Parece que ya no se estará hablando de periodismo, porque la forma no se trata de acontecimientos. Pero la forma si tiene relación con la comunicación porque lleva un mensaje.

Según el diseñador español (Weston, 2003, pág. 40) lo esencial de la tarea de diseñar reside en la capacidad de imaginar cómo se comportarán las cosas antes de que existan”.

4. Diferencias y semejanzas del diario Extra y Súper

Tamaño tabloide es realidad una A3 y por lo tanto una transición a la prensa sensacionalista de una impresión en una hoja A2. El tabloide, es una palabra que se usa para referirse a los tamaños de periódicos que provienen del estilo de la prensa escrita, llamada "periodismo sensacionalista" , se compacta en forma corta y fácil de leer ; el nombre tabloide viene de unas píldoras que eran pequeñas y fácil de digerir, comercializados en la década de 1880.

El tamaño compacto es igual al porte del tabloide, pero ese término se acuñó cuando los diarios “serios” se trasladaron desde el tamaño sábana tradicionales a los más pequeños de tamaño tabloide, ya que no querían ser asociados con el sensacionalismo que manejaba esta prensa. Tamaño tabloide, sus dimensiones son: 280 x 430 mm (11,0" x 16,9"). El tamaño tabloide se refiere a menudo como "la mitad del tamaño de una sábana", sin embargo esto no es estrictamente cierto, teniendo modificaciones.

Los diarios de tendencia informativa tienen como característica una presentación tipográfica con titulares y subtítulos dedicados a la política y a los asuntos de interés social, con fotografías e ilustraciones relativas a los temas expuestos. Los estilos de presentación de la prensa tienen una característica ligeramente asimétrica, pero bien distribuida de las noticias. Los colores en la primera plana son usados con ponderación, sin salirse de la escala de tonos a los que, como norma, se rigen en su estilo. Un complemento, para enmarcar su función ilustrativa, es la inclusión de suplementos o revistas de índole especializada, música en discos compactos, libros, enciclopedias, etc.

El primero es que las formas de la noticia, inclusive las columnas de texto y los titulares tipográficos, constituyen imágenes visuales. El segundo es que éstas comunican un mensaje emotivo mediante la vista. Si las palabras tipográficas en el periódico son imágenes visuales que vehiculizan un contenido al lector, entonces el editor debe preocuparse no sólo por la forma simbólica, también por el contenido de las palabras y la forma física, es decir, que las imágenes hechas de la tipografía junto con las fotos y gráficos. El editor debe encargarse del mensaje, ya sea éste verbal o visual.

Diseño visual de la prensa escrita: Extra y Súper

Portada

La portada no solo es la presentación del medio impreso sino un gancho para su compra, una guía de lectura de las páginas anteriores fundamentalmente es la exhibición de contrato de lectura con los lectores, es por eso que el Extra se caracteriza por privilegiar sus

portadas con fotografías y una menor medida en las ilustraciones con un pequeño texto cumpliendo sus funciones.

El Súper inicio con una portada tipo tabloide siendo de media página pero poniendo más entradas para colocar mayor número de contenidos en su portada, empezando con cinco temas principales y adicionalmente su logotipo o marca del diario. Sin embargo su competencia era el Extra por su portada extendida que servía a los voceadores promocionar y venderlo en las calles.

Cambiando de metodología el diario Súper adapto al formato extendido y sus portadas comenzaron a tener más contenidos tomando como bases a diarios europeos. De esta manera es que el diario cuenta con dos temas principales en la parte superior y seis temas adicionales en la parte inferior junto a la foto, buscando fortalecer la información del lado editorial aumentando el número de palabras con una tipografía de 110 hasta 150 puntos.

Sobre los contenidos informativos esta crónica roja, deportes y ciudad incluyendo noticias internacionales, curiosidades, informaciones de interés familiar sosteniendo los tipos de periodismos de los cuáles atraen a los lectores. Tales contenidos no son colocados en la portada ya que la intención es captar los diferentes segmentos de lectoría del periódico usando la imagen de la chica de una manera sexualmente explícita con la finalidad de equilibrar los contenidos. (Rubio, 2014, pág. 23)

Fotografía e Ilustración

La fotografía se ha convertido en un elemento imprescindible de la portada de los periódicos, complementa la noticia principal acompañada de su pie de foto, texto que acompaña la fotografía y que tienen como objetivo ayudar a interpretar el sentido de la imagen. Puede tener varios párrafos o constar tan solo de tres o cuatro palabras. A veces, la noticia principal es una foto noticia. En estos casos, el pie de foto suele ser extenso y

encabezado con un titular que no superara la longitud de la línea. Este tipo de pie recibe el nombre de pie de foto engatillado.

La fotografía es conocida porque rompe todas las barreras de indiferencia sobre los hechos violentos logrando un efecto de realidad con planos característicos que sobrecargan a través de técnicas del zoom o lupa, creando una paradoja de un mayor grado de objetividad, credibilidad e información. La ventana es una noticia recuadrada acompañada por titular, pequeño texto y una imagen.

La colocación de la imagen esta acentuada en la parte superior de la página, los laterales del rotulo o encima de este; la construcción de una imagen es que los personajes realizan acciones como parte de un fragmento de la realidad autosuficiente en que se dirige al objeto, lo señala y lo ofrece al público logrando la adhesión del perceptor.

La imagen es una herramienta visual que provee gran información, siendo este una forma de lenguaje desde antaño, se podría decir que la mayor parte de conocimiento se adquiere visualmente, por ejemplo los artistas que pintaban cuadros, por medio del arte visual exponían sus emociones, ideas o inventos, que aun son empleados en la actualidad. (González & Pérez, 2015, pág. 30)

Texto introductorio en el título y lead

Los titulares seducen al lector y condensan la noticia alumbrando sus ángulos significativos y espectaculares calificándolo como el núcleo del enfoque de la información en la mayoría de los casos el lector se queda en los titulares o textos complementarios siendo de muy poco común continuar en el cuerpo de la noticia. Los titulares no utilizan las reglas de la gramática son anunciados como “anormales”.

Todas las notas llevan un lead que es acompañada por la amplia información, aun los anuncio publicitarios; estos componen de un lenguaje coloquial que cumplen casi con las mismas condiciones de los titulares. En los leads no se utiliza las mayúsculas para ser presentado, lo cual es la contraposición con los titulares provocando la sensación en el lector. (Checa F. , 2003, pág. 20)

Estándares de diagramación

La diagramación se compone de una portada que es leída como un todo y posee de partes superiores e inferiores para una respectiva lectura circular en el sentido de aguja del reloj mediante una región optima primaria que es la parte inferior y la lectura Z que es la que va de izquierda a derecha en la parte superior .

En la región optima primaria es la parte donde se incluye el logotipo u identidad corporativa del diario que consiste en un fondo y letras grandes alargadas en vertical que consiste en el target de lectores y una franja color amarilla con letras negras; además intervienen los signos lingüísticos, visuales y discursivos en que ocasiones la fotografía puede ser reemplazada por una ilustración o por el papel plano sobre fondo, es una estrategia que fortalece la cualidad gráfica del titular. (Gonzáles & Pérez, 2015, pág. 15)

TÉCNICAS APLICADAS

Para el tratamiento de este proyecto y con el fin de obtener conclusiones que aporten al tema se aplicó la investigación cualitativa, que es la recolección de información basada en la observación de comportamientos naturales, para una posterior interpretación de significados, culturales, ideológicos y sociológicos. Permitiendo un análisis de forma profunda en el área de diseño y composición visual, de los medios impresos Extra y Súper en relación con el lector.

Esta investigación emplea una metodología “no participativa”, por lo tanto el investigador no participa del problema o situación, solo busca datos relevantes y estudia el tema, como técnica de investigación se empleó la entrevista al diseñador editorial Andrés Mendoza diseñador y colaborador del blog sobre cultura y arte “Generación 2.0” y Micael Sánchez, diseñador gráfico en Populy MKT, agencia de servicios publicitarios. ambos profesionales, quienes amablemente proporcionaron información esencial debido a que este proceso permite sondear información, es inductivo y el investigador interactúa con el entrevistado, busca respuestas y se la ejecuta por la necesidad de conocer la opinión de los entendidos en la materia, Además también se utilizó la Investigación diagnóstica, la cual es observativa, esta permite el análisis, haciendo que el investigador averigüe minuciosamente la composición y el diseño que usan estos medios de prensa permitiendo obtener la esencia relativa de la investigación y describir de manera detallada cada elemento del diseño del Extra y Súper con datos relevantes que son considerados aspectos claves en este proceso investigativo y la Investigación bibliográfica.

Con el uso de estas técnicas y metodologías dentro del proyecto, se intenta crear nuevas interrogantes u opiniones acerca del tema, y con el contenido del mismo inducir a nuevas exploraciones.

RESULTADOS OBTENIDOS

Extra semejanzas y diferencias	<p>Portada._ Oportunidad iconográfica pequeños texto que lo acompaña.</p> <p>La marca del diario o nombre está situado al lado izquierdo encerrado en un cuadro, las letras son grandes y de color rojo acompañado de su eslogan, el día de su publicación la fecha y precio, al lado izquierdo publicita sus promociones semanales con un fondo amarillo al margen de la página ponen la foto de la ganadora y letras grandes con el nombre de la promoción y en medio superior de la página publicitan los premios a sortearse, los titulares son en color blanco para contrastar y tiene un significado impactante y un lenguaje coloquial, característicos de los sectores populares, su estilo sábana le permite dividir las notas, la parte</p>
---	--

superior es una nota dramática con imágenes en la cual se resalta el dolor y los rostros de los protagonistas de la información, en medio hay un fondo morado que es una nota sobre farándula y la parte de abajo están los deportes en color verde y al lado izquierdo una ilustración haciendo referencia a algún homicidio, siempre resaltando el drama. (ver anexo # 4)

Tipografía._ Sans serif o de palo seco para títulos y subtítulos, Times New Román para contenido. (ver anexo #5)

Colores._ amarillo, rojo y blanco, estos colores juntos pueden ser visualmente conflictivos y arriesgados de usar en el diseño gráfico, pero en el diseño del estilo sensacionalista es un riesgo atractivo ya que se vuelve un foco para el consumidor.

Pero algunas secciones del diario se diferencia por un detalle de color diferente, la sección deportes tiene el color verde en la parte superior como fondo en la sección deporte y en la separación de sus párrafos y en el fondo de alguna pequeña nota que el diario desea resaltar.

El color verde tiene un efecto visual en un fondo blanco de pacificar o relajar la composición de la página sin perder atractivo para la vista.

La sección farándula tiene una composición de colores, morado, verde limón y amarilla en un fondo blanco, haciendo que este se vea juvenil, fresco y fácil de dirigir, ya que estos colores en publicaciones editoriales siempre serán manejables con un fondo blanco, porque aunque sean tonos cálidos, juntos pueden llegar hacer conflictivos.

En la sección intercultural manejan tonos oscuros, un marrón o naranja oscuro, combinado con un leve amarillo, que le da seriedad al reportaje.

	<p>En la sección de clasificados hay una combinación leve de detalles en colores, morado, verde limón, un rojo clarito y azul claro. (ver anexo # 6)</p> <p>Estructura morfológica._ Al principio este diario tenía un estilo tabloide, actualmente tiene forma sábana combinada con la línea tabloide. (ver anexo# 4)</p> <p>Diagramación._Cada página está dividido de tres a cuatro párrafos como máximo y cada nota tiene un título atractivo presidido por un lead que sirve de enganche y su redacción esta desarrollada en triangulo invertido. (ver anexo # 7)</p> <p>Iconografía._La marca del medio está en todas los márgenes de las hojas, la página web, los logos de las redes sociales que promociona su fans page, twitter, facebook y youtube, el número de cada página la fecha y el nombre de cada sección que corresponde a la nota. (ver anexo# 8)</p>
<p>Super semejanzas y diferencias</p>	<p>Portada._ Su portada tiene en el lado izquierdo la marca en un fondo rojo y amarillo con su eslogan, en la parte de arriba de las letra esta la fecha , el precio, tiraje, numero de ejemplar y edición, la parte central la ocupa la publicidad, siendo este el foco de atención pero le resta atractivo.</p> <p>Su contraportada es diferente, es sencillo, su marca está en el lado izquierdo en un fondo rojo y amarillo, eslogan, fecha y precio.</p> <p>Tiene un titular grande en color blanco que contrasta con el fondo de la imagen, la cual es dramática resalta los rostros, en la parte de abajo tiene notas pequeñas y en lado derecho publicita una promoción del diario, lo que resalta bastante de su contraportada son</p>

	<p>los titulares grandes y escasos párrafo que conecta al titular. (ver anexo# 9)</p> <p>Tipografía._ Sans serif o de palo seco para títulos y subtítulos, y para contenido Times New Román y Helvética (ver anexo# 10)</p> <p>Colores._ Amarillo, rojo y verde, colores de igual similitud al Extra pero el color verde sirve como neutralizador, suaviza la apariencia dando una sensación de armonía. Casi todas sus secciones se emplean dichos colores. (ver anexo# 10, 11)</p> <p>Estructura morfológica._Al principio la estructura de este medio era similar al Extra pero actualmente, tiene un estilo compacto parecido al estilo tabloide, el tamaño tabloide se refiere a menudo como la mitad del tamaño de una sábana sin embargo esto no es estrictamente cierto ya que tiene modificaciones en sus medidas (ver anexo# 9)</p>
--	---

CONCLUSIÓN

En el presente estudio se analizó la composición y diseño visual en la prensa escrita de los diarios extra y súper tanto como los elementos comunicacionales, discursivos, gráficos, semióticos, estructural entre otros que intervienen en la atención del lector y es aceptado por la audiencia. Tanto el Extra como el Súper han ido evolucionando en sus diseños visuales como en composición, adaptándose a la necesidad del lector-consumidor, aportando una mejor calidad en sus publicaciones y mejorías en sus colores al momento de ser impreso.

Se identificó los elementos que componen cada parte de los periódicos mencionados y la manera en que intervienen en su éxito comunicacional encontrado, aspectos que forman parte de la historia y cultura del país. La dimensión de la tipografía, colores, redacción,

titulares, lead, imágenes incrementa en este producto la atención en las calles, ya sea en quioscos o voceadores, sumado de productos promocionales que hace que sea atractivo.

La tipografía está ligada al estilo de redacción del medio, la cual lo hace característico volviéndose parte de la marca y el reconocimiento del lector, se puede identificar al diario incluso sin ver su logotipo, debido a su estilo visual que durante años se ha ido posicionando en la retina de los lectores.

Los colores tienen, al igual que sus titulares una gran influencia en el consumo de estos diarios, la combinación de colores no son puestos al azar, por ejemplo los periódicos de estudio de este proyecto se caracterizan en sus portadas por poseer los colores rojo y amarillo, colores que en el diseño gráfico son arriesgados de incorporar en un producto visual, ya que juntos son conflictivos, por su uso en letreros de advertencia o señales de tránsito, pero en la prensa sensacionalista se ha vuelto un foco atractivo para el estilo de titulares e infografía que están en la portada.

BIBLIOGRAFÍA

- Barnhurst, K. G. (07 de julio de 1998). Periodismo visual (infografía-5). Obtenido de Revista latina de comunicación social: www.ull.es/publicaciones/latina/a/62kevin.vis.htm
- Checa, F. (2003). El Extra: Las marcas de la infamia. . En F. Checa, El Extra. Quito, Ecuador : Bolivar, Abya Yala, Corporación Nacional...
- Checa, F. (2003). Las marcas de la infamia. Quito: Abya Yala.
- González, & Pérez. (2015). Principios básicos sobre diseño periodístico. Madrid: Universitas, S.A.
- Lopez, A. (2013).
- Martinez, & Ulloa. (Agosto de 2011). Diario Extra. Prensa Escrita, pág. 2.
- Martinez, J. (1983). Curso general de redacción periodística. Madrid: Editorial Mitre.
- Rubio, E. (2014). "Análisis de la titulación del diario Extra como generadora de ingresos para el diario y su efecto e impacto en él". Obtenido de Universidad tecnologica equinoccial. Facultad ciencias sociales y comunicación.:
<http://repositorio.ute.edu.ec/xmlui/handle/123456789/10001>
- Venerada, H. (25 de agosto de 2015). Aprender y enseñar producción periodística en en gráfica; las contribuciones del diseño gráfico a. Recuperado el 2015, de Escuelas de ciencias de la información:
http://www.redcom2015.eci.unc.edu.ar/files/REDCOM/EJE3/redcom_-_3_-_13_0_Veneranda,%20Herrero.pdf
- Vera, V. (2011). Entrevista personal con el editor Nacional del Diario Super. Guayaquil, Ecuador.
- Weston, R. (2003). "Materiales, Forma y Arquitectura". Barcelona: Blume.
- Yepez, M. (21 de agosto de 2011). "Mapa de comunicación del Ecuador". Obtenido de Universidad técnica particular de Loja :
http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/5917/1/mapa_comunicacion_ecuador_v01_r08.pdf

ANEXOS

PREGUNTAS, ENTREVISTA A PROFESIONALES

ENTREVISTA # 1

Nombre: Andrés Mendoza, diseñador y colaborador del blog sobre cultura y arte Generación 2.0

Profesión: Diseñador editorial.

1. ¿Cómo diseñador, usted cree que la prensa escrita ecuatoriana ha evolucionado a lo largo del tiempo en la composición y diseño visual en los diarios y por qué?

Pues claro, la evolución de la prensa escrita ecuatoriana ha mejorado en varios aspectos, tanto tipográficamente como en su composición, ahora leer un periódico es tan agradable a la vista porque saben cuánto espacio (kerning y tracking) dejar o aumentar para una mejor lectura, en el diseño visual al lector lo guían para que no se pierda en la lectura por medio de la composición o de la ubicación de los elementos, como por ejemplo una imagen.

2. ¿De qué forma el diseño aporta visualmente en la calidad de una publicación?

El diseño gráfico comunica sin necesidad de que el receptor tome su tiempo en descifrar el mensaje, el diseño tiene que transmitir un mensaje claro y directo, acompañado de esto tiene que ser estético, funcional y legible. Una publicación de calidad debe tener buena composición, ya sea en colores y saber ubicar bien los elementos, tiene que ser funcional, que el mensaje llegue sin problemas, y estético, que sea agradable a la vista.

3. ¿El diseño gráfico es lo mismo que diseño editorial?

Pues el diseño editorial es para medios ATL (revistas, periódicos, etc.) al igual que el diseño gráfico tiene los mismos conceptos respecto a los elementos que se utiliza en el diseño editorial.

4. ¿Lo diarios Extra y Súper, respecto a su composición y diseño, que los diferencia y los asemeja?

Como diseñador la composición y el diseño de estos dos diarios me parecen idénticos tipográficamente ya que los dos utilizan una tipografía sans serif o palo seco, respecto a los

colores de la marca son el rojo y el blanco, el diario súper con su logotipo blanco y fondo rojo y el extra con su logotipo rojo y fondo blanco, encerrados en un cuadro.

5. ¿A la maquetación y composición visual, del diario Extra, se le puede atribuir parte del “éxito” que ha tenido este medio?

Pues sí, la composición visual se le atribuye mucho, por saber ubicar sus elementos, sus titulares con una tipografía enorme y sus imágenes contrastan para que el lector quede enganchado con el diario extra.

6. ¿Usted como diseñador, cree que el diario Súper al ser relativamente nuevo en la prensa escrita, tiene el impacto visual necesario para atraer a la audiencia y por qué?

Sí, tiene el impacto visual ya que cuenta con un diseño igual que su competencia la cual es el diario extra, utiliza la misma composición sabiendo ubicar los elementos para llamar la atención, aunque esto no quiera decir que se posicione en la mente del consumidor como lo está el diario extra.

ENTREVISTA # 2

Nombre: Micael Sánchez, diseñador gráfico en Populy MKT, agencia de servicios publicitarios.

Profesión: Diseñador Gráfico

1. ¿Cómo diseñador, usted cree que la prensa escrita ecuatoriana ha evolucionado a lo largo del tiempo en la composición y diseño visual en los diarios y por qué?

Si claro, con el pasar de los tiempos las identidades visuales van cambiando de acuerdo a lo que exige el consumidor, una imagen más limpia y nuevas tendencias.

2. ¿De qué forma el diseño aporta visualmente en la calidad de una publicación?

Aparte de la maquetación jerarquizando la información, es muy importante el trabajo del diseñador ya que es el encargado de hacer el “match” potenciando la noticia con la imagen

3. ¿El diseño gráfico es lo mismo que diseño editorial?

Podría decir que son casi lo mismo, pero no, ya que ambos comunican un mensaje que debe llegar claro al consumidor, ya que el diseño editorial es la rama del diseño gráfico dedicada a la maquetación y composición de publicaciones tales como revistas, periódicos o libros. El diseño gráfico es una profesión y una especialidad que consiste en crear, organizar, plasmar y realizar comunicaciones visuales, hechas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales y con objetivos claros y determinados.

4. ¿Lo diarios Extra y Súper, respecto a su composición y diseño, que los diferencia y los asemeja?

Se observa que ambos diarios van dirigidos para un mismo target y manejan publicaciones del ámbito criollo “impresionante”, lo primero que se destaca es el titular de la nota resumiendo escasos párrafos que generan impacto y se usa la jerga común del guayaquileño junto con una imagen que impacta.

5. ¿A la maquetación y composición visual, del diario Extra, se le puede atribuir parte del “éxito” que ha tenido este medio?

Prácticamente el Extra es famoso por la crudeza de sus publicaciones, pero no se le puede restar importancia al impacto de una buena maquetación y el estilo del diseño en general, como las imágenes, colores y como están dirigidas sus secciones, porque no se puede negar que es un medio sensacionalista y que ha sabido venderse visualmente como producto.

6. ¿Usted como diseñador, cree que el diario Súper al ser relativamente nuevo en la prensa escrita, tiene el impacto visual necesario para atraer a la audiencia y por qué?

Creo que tiene la posibilidad de llegar a tener tal relevancia ya que no conozco otro diario que se asemeje a este tipo de publicaciones. Serian la competencia directa entre periódicos de este target.

Anexo # 2

FICHA DE OBSERVACIÓN

Nombre del Diario: EXTRA

# Páginas	Secciones	Portada	Contraportada	Fotografía	Tipografía	Iconografía	Colores	Diagramación
31	Judicial	Estilo sobana	Va directo a las noticias de la localidad (Guayaquil)	Abundancia de imágenes	sans serif o palo seco	abundante	Portada: Amarillo y rojo	Párrafos, superiores e inferiores para una respectiva lectura circular utilizan el estilo en el sentido de aguja del reloj
	Promoción		En la misma página hay una división de noticias siempre acompañado de fotos	Pie de fotos	Titulares enormes en la portada	Todas las paginas las tienen situada en la parte superior de las hojas	Páginas del diario: blanco, rojo la mayor parte de su estructura morfológica	Están situado los párrafos estratégicamente, siempre acompañado de imágenes para que cause un impacto visual atractivo
	Provincia			Acorde a las noticias	Poco párrafo como enganche	Redes sociales	La sección farándula: amarillo, blanco y verde limón, marca la diferencia	

	Actualidad			Mínimo 3 fotos en cada hoja	Fotografías dramáticas	Tipografía mediana		
	drama			ilustraciones				
	deportes							
	farandula							
	Interculturalidad							
	Entretenimiento							
	Clasificados							

Anexo # 2

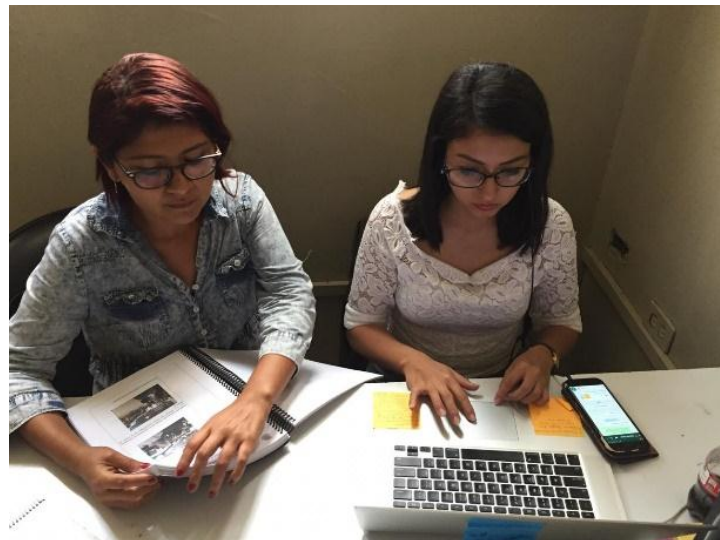
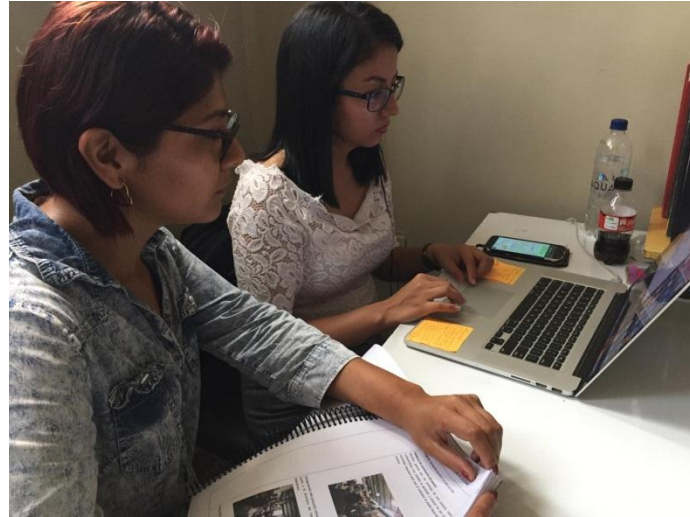
FICHA DE OBSERVACIÓN

Nombre del Diario: Súper

# Páginas	Secciones	Portada	Contraportada	Fotografía	Tipografía	Iconografía	Colores	Diagramación
19	Noticias de la localidad	Marca del lado izquierdo	Su estructura posee portada y contraportada	3 fotos mínimo en cada hoja	sans serif o palo seco	Escasa	Amarillo, rojo y verde (portada)	Párrafos, superiores e inferiores para una respectiva lectura circular utilizan el estilo en el sentido de aguja del reloj
	Planeta loco	Su portada principal es publicidad	En la contraportada empieza	Ilustraciones		Situada en lado superior	En las demás páginas	Escasos párrafos, siempre

			la presentación del diario			de las hojas	:amarillo o Rojo y blanco	situados a la izquierda
	Mi Familia						la sección farándula o Show sobresale por los tonos: blanco, amarillo o y rosado	Abundancia de imágenes e ilustraciones
	Show						La sección deporte : amarillo o y verde limón	
	Quema tiempo							
	Entre culturas							
	Horóscopo							
	Noticias internacionales							

Anexo # 3
Fotos de Tutoría



Anexo # 4

Diario Extra: Portada, Estructura morfológica



► UN OBRERO LOS ENCONTRÓ EN PASAJE

Hallaron restos humanos

Pertenecerían a una adolescente que estaba desaparecida.

Jhonny Crespo / Pasaje (El Oro)

Un jornalero que se encontraba cavando la tierra para la apertura de un canal de riego se llevó un gran susto al hallar unos restos humanos, que presuntamente serían a los de una adolescente de 16 años.

El trabajador, al ver que con la tierra poco a poco salían huesos y prendas de vestir, dio aviso a sus superiores.

Otros en cambio salieron corriendo por el macabro hallazgo.

El descubrimiento se dio dentro de un predio bananero del cantón Pasaje, en la provincia de El Oro.

Entre los restos se encontró una prenda interior de uso femenino, un short, aretes y residuos de cabellos.

Carlos Caballero, trabajador del lugar, indicó que los lamperos pensaron que había una familia entera, debido



Dentro de una hacienda bananera se realizó el macabro hallazgo.

16

AÑOS podría tener la joven a la que pertenecen los huesos.

pondiente sabremos si es el nombre real de la adolescente que pudo haber estado desaparecida desde ese tiempo", explicó.

Una de las hipótesis que manejan las autoridades es

Colores, diagramación e iconografía: Diario Extra

26 EXTRA | Farándula (1) / 14/12/2018 www.extra.ec

LOS CINEMASTAS QUITEROS FELIPE IRIGOYEN Y ANDRÉS GARÓFALO

EL MAN LO VIVIDO

Estroñan hoy la película 'Proyecto Bullying'. Sus historias no solo los unieron, sino también los inspiraron.

Andrés Altamirano V. / Quito

El bullying (acoso físico o psicológico) ha pasado a ser un tema de los cineastas quiteros Felipe Irigoyen y Andrés Garófalo, pero desde distintas perspectivas. Los primeros se enfocaron en la universidad y la transición que era una buena opción para crear un largometraje. A través de esta experiencia, Irigoyen y Garófalo, basados en historias reales, decidieron hacer una película que inspirara a otros cineastas. Los hijos de quienes crecieron con un grupo de amigos, a los que conocieron en un taller de cine en los Estados Unidos para conocer el mundo y hacer una película. Irigoyen y Garófalo, de 14 años, decidieron hacer una película que les sirviera de inspiración. Irigoyen y Garófalo, de 14 años, decidieron hacer una película que les sirviera de inspiración.

ACOSO EN LAS ESCUELAS
La película 'Proyecto Bullying' cuenta la historia de un chico que sufre acoso escolar por parte del grupo de los más populares. Él sufre en un día y lo dejan con lesiones.

AGENDA FARRERA
VIERNES 14
Ballet
En el Teatro Nacional de la Casa de la Cultura se realizará la obra 'El Cascanueces', a las 19:30, donde se contará la música de Tchaikovsky. Los entradas son gratuitas y se pueden pedir en las oficinas del teatro.

SÁBADO 15
Rock solidario
En el Yesterday Ratos Bar, los músicos de rock como Christian Muñoz y Ramón Baez, organizarán un concierto para recaudar fondos para familias con niños enfermos.

SÁBADO 15
Feria
Los primeros exhibidores de la feria de artesanías y productos locales se reunirán en el Centro Cultural de la Casa de la Cultura. El evento será gratuito y se puede pedir en las oficinas del teatro.

DEPORTES

CLUBES ARGENTINOS NUNCA HAN PODIDO QUEDARSE CON EL TROFEO

TAREA PENDIENTE, EL MUNDIAL DE CLUBES

Cuatro equipos gauchos han participado en el torneo actual de este torneo, pero ninguno ha quedado campeón. River busca romper el maldito ciclo.

18
DEPORTES para los fans.

2 EXTRA | Judicial (1) / 14/12/2018 www.extra.ec

ALLANAMIENTOS SE REALIZARON EN OSAYAOUIL Y DAILE

Amagaban ser fiscales y policías

Guardaban objetos de dudosa procedencia en una casa. Presunta líder de la banda fue detenida en la isla Trinitaria.

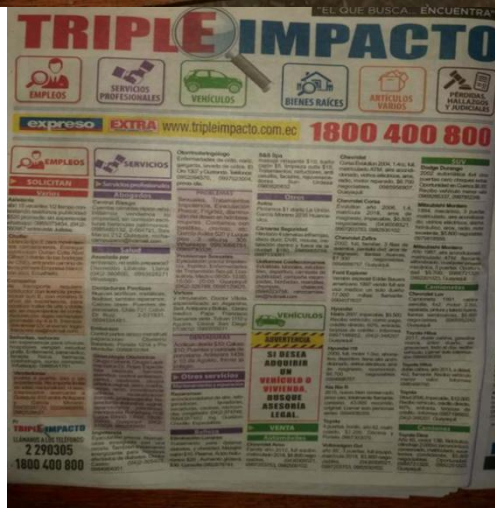
FM
de Mónica Torres
TRASNOCHÓN
VIERNES 14 DE DICIEMBRE
En toda la Banda. De 1 hora a 2 horas.

11
MICHIELI SE REALIZÓ EN OSAYAOUIL Y DAILE

11
MICHIELI SE REALIZÓ EN OSAYAOUIL Y DAILE

11
MICHIELI SE REALIZÓ EN OSAYAOUIL Y DAILE

Colores, diagramación e iconografía: Diario Extra



Anexo # 8

Diario Súper: Portada y estructura morfológica





Colores, diagramación e iconografía: Diario Súper



