



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Ingeniera en
Diseño Gráfico Publicitario

**Maquetación del periódico “Vanguardia” y su influencia en la
transferencia de información al público del cantón Salcedo.**

Autora: Franco Ortega, Daniela Mercedes

Tutor: Lic. Mgs. Nájera Gáelas, Carlos Enrique

AMBATO - ECUADOR

Diciembre, 2017

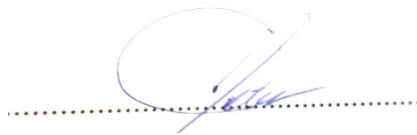
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema:

“Maquetación del periódico Vanguardia y su influencia en la transferencia de información al público del cantón Salcedo” de la alumna Daniela Mercedes Franco Ortega, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Diciembre 2017

EL TUTOR



Lic. Mgs. Carlos Enrique Nájera Gáneas

CI. 020179388-2

TUTOR

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación “**Maquetación del periódico Vanguardia y su influencia en la transferencia de información al público del cantón Salcedo**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de éste trabajo de grado.

Ambato, Diciembre 2017

LA AUTORA



.....
Daniela Mercedes Franco Ortega

C.I: 050343014-2

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de éste Proyecto de Investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora

Ambato, Diciembre 2017

LA AUTORA



.....
Daniela Mercedes Franco Ortega

C.I: 050343014-2

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema “**Maquetación del periódico Vanguardia y su influencia en la transferencia de información al público del cantón Salcedo**” de Daniela Mercedes Franco Ortega, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, Diciembre 2017

Para constancia firman

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

NOMBRES Y APELLIDOS
MIEMBRO CALIFICADOR

NOMBRES Y APELLIDOS
MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

A las maravillosas personas que en este proceso la vida me ha dado la oportunidad de conocer y perdurar con una sólida amistad, a mi invaluable familia; mis padres Galo y Fabiola que me han permitido aprender innumerables lecciones de vida, Verito mi pilar armónico, mis amores eternos Ángelo y Marco que hacen de mi vida una aventura.

Daniela Mercedes Franco Ortega

AGRADECIMIENTO

De todo corazón e infinitamente agradezco a Blanca Taco mi mejor amiga, eres mí hermoso rayo de luz que agudiza mi brillo hasta en la más dura tormenta. A mi amado, mi amigo, mi familia, Israel Balseca, “En la vastitud del espacio y en la inmensidad del tiempo mi alegría es compartir un planeta y época contigo” A mis queridos profesores Carlitos Nájera, Diego Jordán y Marcelo Pilamunga, quienes me han ayudado y orientado en este proceso muy grato de aprendizaje. Muchas gracias. Jennifer, Lourdes, Abigail y Mary mi amor incondicional hacia ustedes.

Daniela Mercedes Franco Ortega

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
ÍNDICE DE CUADROS.....	xv
RESUMEN EJECUTIVO	xvii
ABSTRACT... ..	xviii
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	2
1.1.Tema.....	2
1.1.1. Planteamiento del problema	2
1.1.2. Contextualización	3
1.1.3. Árbol de problemas	8
1.1.4. Delimitación del objeto de investigación	11
1.1.5. Justificación	11

1.1.6. Objetivos.....12

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO14

2.1. Antecedentes de la investigación 14

2.2. Bases teóricas 16

2.3. Definiciones conceptuales..... 19

2.3.1. Diseño Editorial..... 19

2.3.2. Diseño Gráfico41

2.3.3. Comunicación Visual43

2.3.4. Información.....46

2.4. Fundamentación48

2.4.1. Fundamentación Legal48

2.4.2. Fundamentación axiológica48

2.4.3. Fundamentación ontológica49

2.5. Formulación de hipótesis49

2.6. Señalamiento de variables.....49

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO.....	50
3.1. Diseño Metodológico.....	50
3.2. Enfoque de la investigación.....	50
3.3. Modalidad de investigación.....	51
3.3.1. Bibliográfica - documental.....	51
3.3.2. De campo.....	51
3.4. Nivel de investigación.....	51
3.4.1. Exploratorio.....	51
3.4.2. Descriptivo.....	52
3.4.3. Explicativo.....	52
3.5. Población y muestra.....	52
3.5.1. Población.....	52
3.5.2. Muestra.....	53
3.6. Operacionalización de variables.....	55
3.7. Técnicas de recolección de datos.....	57
3.8. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información.....	59
3.8.1. Encuesta.....	59

3.8.2. Entrevista.....	73
------------------------	----

CAPÍTULO IV

4. DISEÑO	78
4.1. Memoria descriptiva y justificativa.....	78
4.1.1. Proyecto.....	78
4.1.2. Referencias.....	79
4.1.3. Descripción del proyecto.....	79
4.2. Memoria técnica.....	81
4.2.1. Memoria de materiales.....	83
4.2.2. Características técnicas	83
4.3. Diseño del producto prototipo.....	85
4.4. Validación de la Hipótesis	95
4.4.1. Encuesta	96
4.5. Conclusiones	101
4.6. Recomendaciones.....	102
BIBLIOGRAFÍA.....	103
GLOSARIO.....	106
ANEXOS.....	109

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N.- 1: Análisis de consistencia, Causa y Efecto.....	8
Figura N.- 2: Categoría fundamental.....	16
Figura N.- 3: Variable dependiente.....	17
Figura N.- 4: Variable independiente.....	18
Figura N.- 5: Formatos DIN.....	20
Figura N.- 6: Márgenes (Métodos).....	23
Figura N.- 7: Partes de una retícula.....	24
Figura N.- 8: Tipos de Retícula.....	26
Figura N.- 9: Letras humanas.....	31
Figura N.- 10: Letras Garaldas.....	31
Figura N.- 11: Letras Reales.....	32
Figura N.- 12: Letras Didonas.....	32
Figura N.- 13: Letras mecánicas.....	32
Figura N.- 14: Filetes.....	39
Figura N.- 15: Topos, bolos o balines.....	40
Figura N.- 16: Mensaje Visual.....	43
Figura N.- 17: Descomposición del mensaje visual.....	44
Figura N.- 18: Margen página izquierda.....	85
Figura N.- 19: Margen página derecha.....	86

Figura N.- 20: Retícula modular.....	87
Figura N.- 21: Rejilla tipográfica.....	88
Figura N.- 22: Rediseño cabecera “Vanguardia”.....	89
Figura N.- 23: Rediseño cintillo “Vanguardia”.....	90
Figura N.- 24: Elementos de la portada.....	91
Figura N.- 25: Elementos de página interna.....	94

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N.- 1: Lista de periódicos	62
Gráfico N.- 2: Información preferencial, apartados de periódicos.....	64
Gráfico N.- 3: Impacto provocado por las fotografías expuestas	65
Gráfico N.- 4: Marca corporativa	66
Gráfico N.- 5: Resolución fotográfica.....	67
Gráfico N.- 6: Resolución de las imágenes que se desea presentar en "Vanguardia"	68
Gráfico N.- 7: Costo de "Vanguardia"	69
Gráfico N.- 8: Lectura de periódico digital o impreso.....	70
Gráfico N.- 9: Información expuesta en "Vanguardia".....	71
Gráfico N.- 10: Distribución de la información en "Vanguardia".....	72

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N.- 1: Población total del Cantón Salcedo.....	53
Cuadro N.- 2: Variable independiente, maquetación de un periódico.....	56
Cuadro N.- 3: Variable dependiente, transferencia de información.....	57
Cuadro N.- 4: Plan de recolección de información.....	58
Cuadro N.- 5: Lista de periódicos.....	62
Cuadro N.- 6: Información preferencial, apartados de periódicos.....	63
Cuadro N.- 7: Impacto provocado por las fotografías expuestas.....	64
Cuadro N.- 8: Marca corporativa.....	65
Cuadro N.- 9: Resolución fotografía "Vanguardia".....	66
Cuadro N.- 10: Resolución de la fotografía que se desea presentar en "Vanguardia".....	67
Cuadro N.- 11: Costo de "Vanguardia".....	68
Cuadro N.- 12: Lectura de periódico digital o impreso.....	69
Cuadro N.- 13: Información expuesta en "Vanguardia".....	70
Cuadro N.- 14: Distribución de la información en "Vanguardia".....	71
Cuadro N.- 15: Costos mensuales "Vanguardia" para su sostenimiento.....	83
Cuadro N.- 16: Apuntes técnicos del proceso de producción.....	84
Cuadro N.- 17: Parque 19 de Septiembre.....	97
Cuadro N.- 18: Mercado Central de Salcedo.....	98
Cuadro N.- 19: Hostería Rumipamba de las Rosas.....	98

Cuadro N.- 20: Centro Recreacional.....	99
Cuadro N.- 21: Terminal Terrestre.....	99
Cuadro N.- 22: Resultado Final.....	100

RESUMEN EJECUTIVO

La prensa desde su nacimiento se ha visto enmarcada en el desarrollo de la comunicación de la actual sociedad, entorno, cultura, vida cotidiana. Generó un papel importante en el proceso social del Ecuador y otras partes del mundo, produciendo cambios importantes en la condición humana; en ella se reflejó hechos, acontecimientos políticos y realidades que surgieron y se transformaron en esquemas históricos. Es un hecho que este medio se transforma en una fuente importante para guardar memoria social. En el Cantón San Miguel de Salcedo se da origen a “Vanguardia” un periódico dominical que nació con una impresionante primera edición con el objetivo de informar a los Salcedenses sobre sucesos cotidianos, hechos políticos y opinión pública desde 1997. Con 20 años al servicio de la colectividad se convierte en un clásico tradicional propia del terruño. Si bien es cierto “Vanguardia” hoy en día no se muestra victorioso ante las nuevas necesidades informativas, ya que el impetuoso crecimiento de la nueva generación de lectores pide tener una experiencia visual más agradable.

La realización de esta investigación propone analizar la estructura del periódico “Vanguardia”, y determinar la influencia y transferencia de información hacia su público en el Cantón Salcedo, desarrollando un riguroso estudio sobre el diseño editorial y la composición de un periódico (ética periodística, retícula, tipografía, cromática, elementos de página, márgenes, entre otros), además de las características del público consumidor para de esta manera validar la propuesta dada, definir un tamaño, y distribución de los datos informativos. A pesar que en el concepto inicial se menciona como eje principal el diseño editorial, muchas de las empresas editoriales al momento de crear una publicación, no aplican circunstancialmente estos principios, es por ello que un gran acierto es considerar plenamente y deducir muy bien cuáles y de qué clase son los problemas que acechan al medio de comunicación.

PALABRAS CLAVE: PERIÓDICO / MEDIO DE COMUNICACIÓN / TRANSFERENCIA DE INFORMACIÓN/ DISEÑO EDITORIAL.

ABSTRACT

The newspaper since its born has been marked in the communication development of the society present, environment, culture, daily life. It made an important role in the social process of Ecuador and other parts of the world, making important changes in the human condition; in it reflected facts, political events and realities that emerged and became into historical schemes. It's a reality that this media becomes into an important source for keeping social memory. In the canton "San Miguel de Salcedo", it gives rise to "Vanguardia", a sunday newspaper that was born with a marvelous first edition with the objective of inform to the Salcedo's people about everyday events, political facts and public opinion since 1997. With 20 years at the service of the community, it becomes into a traditional classic own of the place. It's true that "Vanguardia" nowadays doesn't show victorious in the face of the new informative needs, since the impetuous growing increase of the new generation of readers asks for having a nicer visual experience.

The making of this investigation proposes to analyze the structure of "Vanguardia" newspaper, and determine the influence and transference of information to its audience in the "Salcedo" canton, developing a rigorous study about editorial design and the composition of a newspaper (journalistic ethics, reticule, typography, chromatic, page elements, margins, among others), in addition to the characteristics of the consumer audience for in this way validate the given proposal, define a size, and distribution of informative data. Although in the initial concept the editorial design is mentioned as principal axis, many of the editorial enterprises at the time of make a publication, don't apply circumstantially these principles, that's the reason because it's a big success to considerate fully and deduce very well which and from what class are the problems that stalk the media.

**KEYWORD: NEWSPAPER/ MEDIA /INFORMATION TRANSFER/
EDITORIAL DESIGN.**

INTRODUCCIÓN

El proyecto de investigación que se presenta ante la Universidad Técnica de Ambato del área de Diseño Gráfico Publicitario se inicia como plan de investigación en el año 2016, año en el cual comienza su búsqueda bibliográfica siendo este el primer paso para construir un marco teórico relevante y de importancia para la investigación.

El Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi a inicios del siglo XX, la difusión de la información local, política e ideológica de los acontecimientos que marcaron historia del pueblo y a la opinión de los residentes llego a ocupar interés de la prensa escrita fundándose un periódico dominical “Vanguardia”, el mismo que desde diferentes posiciones llegaba a la población y formaba parte de la opinión pública. Si bien es cierto el periódico es un medio impreso de información social que pretende llegar a la población de forma masiva, llego a ser la forma de comunicación más importante de la época, además de que la lectura de un diario no sólo nutre la cultura general, sino que brinda la oportunidad de obtener información y de aprender sobre algún tema especializado.

En un marco más amplio, la prensa local irrumpió con fuerza entre las masas en su época de auge, sin embargo la nueva era globalizada y nuevas tendencias tecnológicas ha impedido que dicho medio de comunicación continúe como el líder vanguardista de la información cotidiana. En los últimos años junto a la manifestación del internet como un moderno método para compartir información de la actualidad y sucesos de la historia han dejado atrás los medios escritos, sin embargo es posible que estos canales de información puedan recuperar a sus lectores si presentan alternativas eficientes y diseño de calidad.

La industria editorial ha vivido momentos de cambio es por ello que el presente proyecto es de suma importancia ya que trata de buscar una alternativa de edición y diagramación para el periódico “Vanguardia” que es un preciado legado del Cantón Salcedo.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Tema

Maquetación del periódico “Vanguardia” y su influencia en la transferencia de información al público del cantón Salcedo.

1.1.1. Planteamiento del problema

En los últimos años del siglo XXI junto a la manifestación del internet como un moderno método para compartir información de la actualidad y sucesos de la historia la ciudadanía ha dejado atrás los medios escritos como fuente principal de información, publicaciones como periódicos, revistas, libros exiguamente son consumidos debido al brote virtual y su nueva generación de lectores digitales, sin tener en cuenta que estos brindan una fuente verídica de información y además son parte de sucesos que marcaron historia en el mundo.

Sin embargo, es posible que estos canales de información puedan recuperar a sus lectores si presentan alternativas eficientes y diseño de calidad, hoy en día se lucha por mantener a flote el número de publicaciones, y a su vez se espera que la cifra de ejemplares elaborados puedan ser consumidas por su tarjet, esto se debe a que el aumento de los costes de producción en proporción geométrica¹; disminución de los ingresos publicitarios, descenso de la difusión a causa del fuerte aumento del precio de venta y la crisis económica que atraviesa el país tenga el periódico una crisis de prensa.

¹COSTES DE PRODUCCIÓN EN PROPORCIÓN GEOMÉTRICA. Referencia a salarios, papel prensa -cuyo precio se ha duplicado en esta década.

1.1.2. Contextualización

Macro

La prensa cumple un papel fundamental en la relación de la sociedad moderna, a pesar del surgimiento de nuevas tendencias de lectura y tecnologías a favor de la comprensión de varios temas, resulta materialmente incomprensible llegar a un entendimiento, sin la ayuda de la prensa escrita, si bien es cierto este rol básico que cumple no es reciente, se ha venido desempeñando a través de la historia. La prensa viene acompañada de un sin número de maneras y sentidos de la vida cotidiana, sociedad y el entorno en general. Entrega información, divulga bienes y servicios, diserta y critica la realidad, formula objetivos comunes. Luego se transforma en una fuente importante para guardar la memoria social y escribir la historia.

La prensa sin duda es un elemento importante en el desarrollo social del Ecuador, pues en ella se vieron reflejados hechos de suma relevancia, procesos, disputas, leyendas y realidades que surgieron en nuestra patria y los cuales tuvieron trayectoria por diferentes actores y protagonistas, que quedaron marcados en tinta y papel inscritos en importantes documentos públicos y textos literarios donde se han librado grandes batallas de acontecimientos políticos, sociales, democráticos, por nuestra libertad de pensamiento y más que todo por la culturización general de los ciudadanos y el importante hecho de servir como fuente de información. Por ello es de suma importancia conocer el surgimiento de la prensa en el país pues como antes se mencionó es un legado cultural que debe prevalecer en la historia.

En el año de 1792, el 5 de enero se muestra a la luz el primer periódico en la historia ecuatoriana “*Primicias de la cultura de Quito*” publicado por el talentoso Eugenio de Santa Cruz y Espejo (1747-1795), que debido a la crisis que sobrevino a la Real Audiencia de Quito decide fomentar movimientos de reivindicación americana tal personaje se había visto envuelto en proyectos que involucraban la prensa escrita con el fin de compartir hechos políticos, ideológicos, intelectuales y culturales en su época. Como lo menciona Mora (2012) afirma. “Primicias se imprimió en Quito por el tipógrafo Salazar. Tenía un formato pequeño de “un cuarto”, como se llamaba, con un

promedio de dieciséis páginas. Anunció que aparecería cada quince días.” (p.5). Se entiende que fue el punto de partida para el periodismo ecuatoriano dejando un legado cultural pues fue la base que impulso a la aparición de periódicos en las distintas ciudades como la aparición “*El Patriota de Guayaquil*” tras la llegada de la imprenta en 1820, fue el primer periódico que vio la luz, en Cuenca con la llegada de la imprenta, en 1828 se publicó “*El Eco del Azuay*”, fundado por el Fray Vicente Solano y Francisco Eugenio este alcanzó sus 26 publicaciones. Se sumaron a la creación de periódicos con el fin libertario de comunicar noticia a la ciudadanía Loja, Ibarra, Ambato, Latacunga, Tulcán, Quito apareciendo en 1906 por primera vez el diario “*El Comercio*” llegando a ser un periódico independiente, indiferente de cualquier postura política, liberal o conservadora que hasta la actualidad se ha mantenido vigente.

Los tres primeros diarios más leídos en Ecuador son el “*Extra*”, que se dedica a las noticias de crónica roja, erotismo y deportes, su tiraje y circulación es tres veces mayor a sus competidores más cercanos con un tarjet de clase media - baja y baja le siguen con consecuente “*El Comercio*” y “*El Universo*” con ejemplares superiores a los 136.000 diarios promedio de lunes a domingo, son los más leídos y por ende los más influyentes al momento de aportar información pública y política del país. Hay que tomar en cuenta que uno de los muchos aspectos por lo que triunfaron estos diarios es su calidad, su estructura y el contenido de los mismos además que la actual ley de comunicación menciona que la libertad de expresión y acceso a la información se ubica en el centro del sistema de protección la cual es un elemento clave para construir un concepto de derechos humanos. (Jordán & Panchana, 2010).

Meso

Cotopaxi es una provincia localizada en la serranía ecuatoriana, conformada por siete cantones; La Maná, Pangua, Pujilí, Salcedo, Saquisilí, Sigchos y Latacunga, lecho de grandes proezas culturales vio el nacimiento de la prensa escrita en 1851 con la aparición del periódico “*La restauración*” de carácter político con el lema “*Atended más a lo que se os calle, que a los que se os dice; a lo que se os oculta, que a lo que se descubre*” editado en su cabecera cantonal, no existen muchos datos sobre la creación

de esta publicación. Posteriormente con el corto número de divulgaciones del primer periódico nace en noviembre de 1856 “La civilización” con una circulación quincenal dirigido por Carlos Cassola sin duda un importante legado cultural de carácter científico, artístico, agrícola, metalúrgico, manufacturero comercial y literario. Año seguido sale al mercado un elemento poco convencional teniendo como objetivo dar a conocer la vida y el progreso por medio de las ciencias y las relaciones con la mineralogía bajo el nombre “La Revista”. Al pasar del tiempo el Dr. Felipe Sarrade compila datos de la obra Monografía de la Provincia del León y crea “El Amigo de Pueblo”, “El Gladiador” y “El Proscrito” antes mencionados elementos contenían importantes datos. (Tapia, 2014).

A partir de la aparición de estas publicaciones comienza un sin número de apariciones de la prensa escrita sin embargo la fundación del más importante diario de la provincia de Cotopaxi fue en 1967 “La Gaceta” elaborado en su capital Latacunga fundada por Rafael Emilio Sandoval Pastor, con tan solo cuatro páginas en formato tabloide ha permanecido de forma interrumpida por cuatro décadas, llego a ser uno de los medios de comunicación escrita más consumido por los ciudadanos de la localidad. Dicho medio surge con la finalidad de comunicar sucesos trascendentales de la provincia, contribuyendo como parte importante del periodismo cotopaxense, se constituyó en sus inicios por un diseño de tipo, es decir, que se armaba letra por letra e impreso en una máquina plana, a pesar que en ese tiempo no existía la nueva era globalizada durante los ocho primeros años sus ediciones se las elaboraban por medio de esta técnica, no fue entonces hasta 1974 donde la prensa implementa el sistema offset, sin duda un gran avance técnico para la época. Desde su surgimiento el periódico ha mantenido su circulación interrumpida hacia sus lectores plasmando en sus columnas historias, testimonios, leyendas de su terruño.

Micro

En el Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi nace una importante joya cultural “Vanguardia” un periódico local que se encuentra al servicio de los ciudadanos del lugar, este compartiría información de relevancia a la ciudadanía a partir del 1 de mayo

de 1997 fecha en que el Doctor Patricio Amaya gracias a su destreza, habilidad de escribir y su espíritu de colaboración funda este importante diario que se encuentra vigente hasta la actualidad. Amaya escribe en 1997 las primeras noticias del Cantón con una impresionante primera edición en la cual consta la información local, política e ideológica de los acontecimientos que marcaron historia del pueblo, nada más con dos páginas de información llego a ocupar el interés de la población la misma que desde diferentes posiciones llegaba y formaba parte de la opinión pública.

Si bien es cierto el periódico es un medio impreso de información social que pretende llegar a la población de forma masiva, llego a ser la forma de comunicación más importante de la época además de que la lectura de un diario no sólo nutre la cultura general, sino que brinda la oportunidad de obtener información y de aprender sobre algún tema especializado.

La industria editorial ha vivido momentos de cambio es por ello que el presente proyecto es de suma importancia ya que trata de buscar una alternativa de edición y diagramación para el periódico “*Vanguardia*” que es un preciado legado cultural del Cantón Salcedo. Todas las sociedades humanas, desde las más primitivas, desarrollan formas de comunicación social en las cuáles no solo optan por relacionar su ideología sino también tratan de informar noticia de una manera masiva a la ciudadanía, este tema se centra en un marco más amplio, la prensa local irrumpió con fuerza entre las masas en su época de auge, sin embargo como se mencionó anteriormente la nueva era globalizada y nuevas tendencias tecnológicas ha impedido que dicho medio de comunicación continúe como el líder vanguardista de la información, es evidente que a sus inicios el propósito optimista del fundador fue brindar un servicio de comunicación a nivel local.

Si bien es cierto en el siglo XXI, año 2016, se viene hablando de este tan importante tema de discusión con menor intensidad pues se exponen débiles argumentos sobre el porvenir del diario, sin embargo los problemas que acechan a tan importante joya cultural se agudiza en espiral, tanto por la naturaleza de los que originan la propia estructura que se deja ver de forma anticuada incapaz de hacer frente

victoriosamente a las nuevas necesidades informativas ya que el impetuoso crecimiento de la nueva generación de lectores piden tener una experiencia visual más agradable.

1.1.3. Árbol de problemas

EFFECTOS

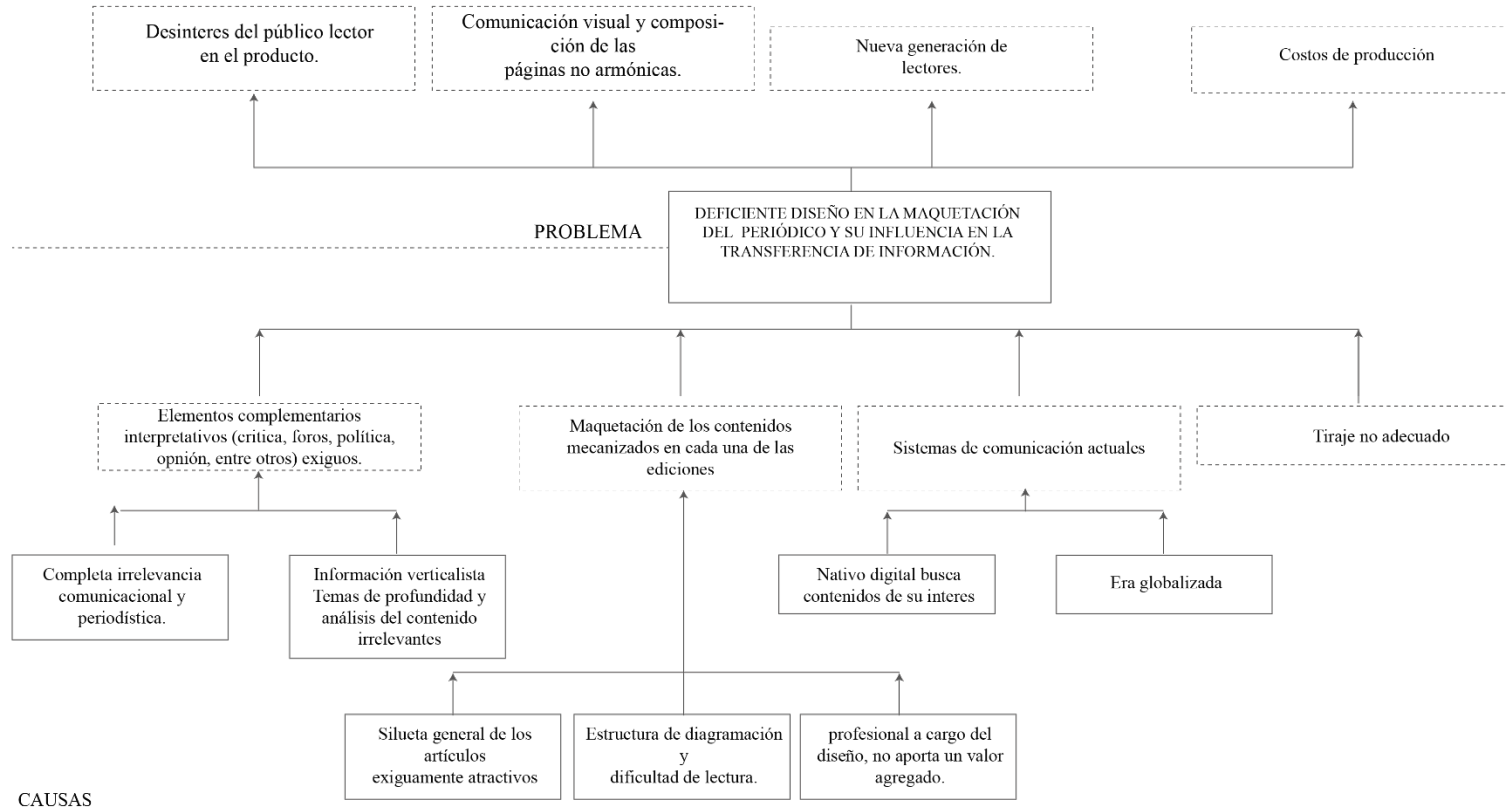


Figura 1. Análisis de consistencia Causa – Efecto (Árbol de problemas)

1.1.3.1. Análisis crítico

La prensa escrita se enraíza en historias que se desarrollaron a lo largo de su creación siendo fiel a su ideal, comunicar noticia de una manera rápida y espontánea a su público consumidor garantizando el flujo y la calidad de los datos vertidos en sus páginas, sin embargo, hoy en día tras su batalla con los medios de información digitales exiguamente ha involucrado adecuadamente sus elementos interpretativos (críticas, política, cultura, opinión, entre otros), es indudable que la prensa a partir de su surgimiento a corroborado cultural y socialmente en la noticia, pero el consumo de este elemento se ha deteriorado, muchas son las causas de este suceso: la completa irrelevancia comunicacional y periodística, la información verticalista sin temas y contenidos de profundidad, que de cierta manera no llegan completamente a influir en el conocimiento y expectativas del individuo, ha originado una total falta de desinterés del lector.

Si bien es cierto este tan importante tema de discusión, ha desembocado en débiles argumentos sobre su porvenir, la naturaleza de su problema se origina por un lado en la propia estructura de maquetación; los contenidos mecanizados, silueta y diagramación y por otro lado el profesional a cargo del diseño, no aporta un valor agregado, conjuntamente estos elementos no hacen frente victoriosos a las nuevas necesidades visuales e informativas de la nueva generación de lectores que piden un entorno visual más agradable.

Otro aspecto a tener en cuenta son los nuevos sistemas de información o la tan anhelada revolución digital, o más correctamente nombrada internet ha convulsionado al mundo de la comunicación, abriendo nuevas ventanas para favorecer el flujo informativo al alcance de los usuarios, creando de esta manera una sociedad globalizada y consigo una generación de nuevos lectores.

Como menciona Ramonet (1986) “La prensa escrita está en crisis. En España, en Francia y en otros países está experimentando un considerable descenso de difusión y una grave pérdida de identidad. ¿Por qué razones y cómo se ha llegado a esta

situación? Independientemente de la influencia, real, del contexto económico y de la recesión, las causas profundas de esta crisis hay que buscarlas en la mutación que han experimentado en los últimos años algunos conceptos básicos del periodismo”

1.1.3.2. Prognosis

El futuro de la prensa escrita requiere la atención inmediata de los lectores pues vivimos en una era donde la información está al alcance de cualquier usuario, grandes periódicos de referencia en el mundo están perdiendo alcance y difusión por varias causas que acechan, una de ellas es la crisis de publicidad, la revolución tecnológica, métodos antiguos de diseño, sociedad, entre otros. Es absolutamente necesario sacar a flote todas las herramientas necesarias para mantener el mercadeo de este medio. A pesar que la industria editorial está pasando por momentos difíciles, el presente proyecto trata de informar a la ciudadanía y proponer una alternativa de edición y diagramación para el periódico “*Vanguardia*” sin dejar de lado su ideología, es nuestra labor mantener a flote este un tanpreciado legado cultural del Cantón Salcedo.

A pesar de la aparición de medios, nuevas tecnologías que han modificado sustancialmente todo en las artes gráficas, así como la posibilidad de comunicarnos en masa de manera global, nuevos sistemas de composición e impresión que han variado tanto desde las dos últimas décadas, una creciente sociedad no favorable para el desarrollo de la prensa escrita, pues se encuentra amenazada por un panorama de entes mecanizados al alcance de información digital y contenidos a su exigencia, es necesario actuar de manera urgente para que el periódico sea entendido como algo más que un conjunto de procesos industriales, pues los grandes periódicos continúan siendo los principales fomentadores de opinión, debates de noticias actuales, fuente de información y referencia.

1.1.4. Delimitación del objeto de investigación

Campo: Editorial

Área: Diseño Gráfico

Aspecto: Diseño Editorial

Tiempo: Año 2016-2017

Espacio: San Miguel de Salcedo, Provincia de Cotopaxi

Unidades de Observación: 379 Habitantes/ Diagramador y Directivo.

1.1.5. Justificación

“*Vanguardia*” desde su nacimiento en 1997 ha dejado un legado cultural al pueblo Salcedense, pues el atraso y la pobreza de la década no permitió estar a la par con la tecnología que se introdujo en el país. Sin embargo, este medio de comunicación surgió victorioso en la creación a manera artesanal de noticias, involucrándose de esta manera en el entorno de comunicación de los ciudadanos. Cabe resaltar que la importancia del este medio sobre cae en la transferencia de información, pues es el referente principal de noticia en el cantón, es de suma importancia realizar este proyecto pues debido al incremento de información digital tal elemento está en su declive.

Se conoce que el diseño editorial es una rama que enmarca varios aspectos en el ámbito del diseño gráfico, se dedica exclusivamente al esquema de publicaciones tales como textos, revistas, periódicos, folletos, entre otros, con un solo objetivo, buscar la armonía entre el texto e imagen mediante la diagramación, que permita expresar el mensaje del contenido con claridad, además que tenga valor estético para el mercadeo del objeto elaborado. Muestra su importancia en la creación de un periódico y otros elementos las relaciones de maquetación que mantenga el profesional a cargo, quiere decir que conserve las proporciones de los elementos de la página, el peso visual, la jerarquía de información, los elementos a full color o blanco y negro, en fin aplicar notoriamente los principios del diseño.

A pesar que en el concepto inicial se menciona como eje principal el diseño editorial, muchas de las empresas editoriales al momento de crear una publicación no aplican circunstancialmente estos principios, es por ello que un gran acierto es considerar plenamente y deducir muy bien cuáles y de qué clase son los problemas que acechan a la prensa escrita; no sé ignora día a día la gravedad de los hechos. Si bien es cierto la dificultad de enfrentarse con ellos no es certeramente el problema sino el poder establecer un orden para sobresalir en la lucha, no está demás mencionar que se necesita actuar de una manera urgente para que los periódicos sigan en circulación y no dejen de ser uno de los principales medios de comunicación, no se puede aislar un problema de otro y tratarle a ritmo diferente. Una de las soluciones para esto es asimilar con una dosis extraordinaria de imaginación e incluso de fantasía al momento de estructurar el medio, decir adiós a muchas viejas técnicas de edición que fueron entrañables y, desde luego, útiles, muy útiles, en su momento. Pero a lo que de verdad hay que decir adiós sin agradecer los servicios prestados, como la técnica de un cese fulminante, es a la rutina y al inmovilismo que tan frecuentemente se dan todavía hoy en el mundo de la información. Todo es preciso para la nueva etapa: la utilización de los ordenadores, del offset, de la fotocomposición, respetar leyes de comunicación vigentes; pero ninguna de estas estupendas técnicas y maravillosos inventos serán reales y verdaderamente útiles si no sirven al mundo de la información.

1.1.6. Objetivos

1.1.6.1. Objetivo general

Analizar la estructura del periódico “Vanguardia”, y determinar la influencia en la transferencia de información hacia su público en el Cantón Salcedo.

1.1.6.2. Objetivos específicos

Investigar sobre el diseño editorial en la composición de un periódico.

Analizar las características de los diferentes públicos consumidores del medio de comunicación.

Identificar como los medios impresos (periódico) influye en la comunicación de masas.

Validar la propuesta y definir una estructura de diagramación para el periódico
“Vanguardia”

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

Diseño editorial como expresión y afirmación de la ideología política, social y cultural. El presente proyecto de investigación abarca, investiga y reflexiona sobre la manera en que la ideología, social y cultural de un periódico se ve reflejado en su diseño editorial, el cual mantiene una amplia idea estratégica que vincula el estado estético con los datos a la hora de comunicar noticia al lector, además de que es de suma relevancia la correlación del elemento con el diseño editorial para generar una identidad, la misma que se vea reflejada en los procesos de industrialización y mercadeo. Esta investigación resulta muy interesante, pues muchas de las herramientas sobre el tema se encuentran exiguas y es por ello que la investigación se realizó con profundidad, yendo a la principal fuente de información y recurriendo a escritos que se han elaborado a lo largo de los siglos.

Concluyendo la investigación reveló datos de suma importancia, sin duda el diseño editorial y la ideología de un periódico guarda estrecha relación, pues persuade y comunica hechos relevantes al lector, además que la ideología es un aspecto recóndito en todo el proceso de producción del periódico, desde su redacción, diagramación, impresión y finalmente mercadeo. (Collazos González, 2011).

La prensa en la historia del Ecuador: una breve visión general. Ecuador se caracteriza por ser un país pluricultural y multiétnico ha sido cuna de varios acontecimientos históricos, entre ellos el tan anhelado surgimiento de la prensa escrita, esta se desenvuelve a lo largo de los siglos con un importante papel el de comunicar a la sociedad hechos que acontecieron en la vida de los ciudadanos, este trabajo asume diferentes perspectivas yendo desde la parte histórica a una visión general de cómo ha funcionado la prensa en la historia ecuatoriana. Se propone explicar cómo se han producido los periódicos, a quiénes han llegado, con qué recursos técnicos han podido

contar, cómo se han relacionado con la sociedad; es decir de qué manera cumplieron su misión como medios de comunicación. (Mora,2012)

Levantamiento y análisis preliminar de las fuentes primarias y secundarias de la Historia de la Comunicación de la provincia de Cotopaxi en el período 1755-1944. Se ha planteado un proyecto que contribuya con información y educación de la historia de los medios de comunicación en la provincia de Cotopaxi, especialmente la prensa escrita, obteniendo información de sus bibliotecas, historiadores y hemerotecas de cada uno de los cantones, sacando como producto varios elementos impresos como periódicos, revistas, hojas volantes que en el período de 1755-1944 aparecieron, llegando a ser importantes piezas históricas. (Tapia, 2014)

En un escenario complejo de transformación La crisis de los grandes periódicos. Este documento se basa en puntos de vista que han afectado la difusión y consumo de los grandes periódicos del mundo. Por un lado está la caída, lenta y continúa por bajos ingresos de publicidad y por la acelerada crisis económica de algunos países afectando al consumo de tan valioso medio de comunicación además de que tal medio lucha incesablemente contra el mundo digital y la revolución tecnológica. El autor sostiene que un grave error que cometió la prensa escrita es ofrecer su lectura gratuita, considera que su contenido está siendo sacrificado en las redes por los nuevos nativos digitales. De una u otra manera hay que hacer frente a los actuales problemas que acechan el porvenir de la prensa escrita, una de las propuestas del autor es una dosis de imaginación, espíritu innovador y valentía para afrontar decisiones drásticas que haya que adoptar. (Molina, 2010)

2.2. Bases teóricas

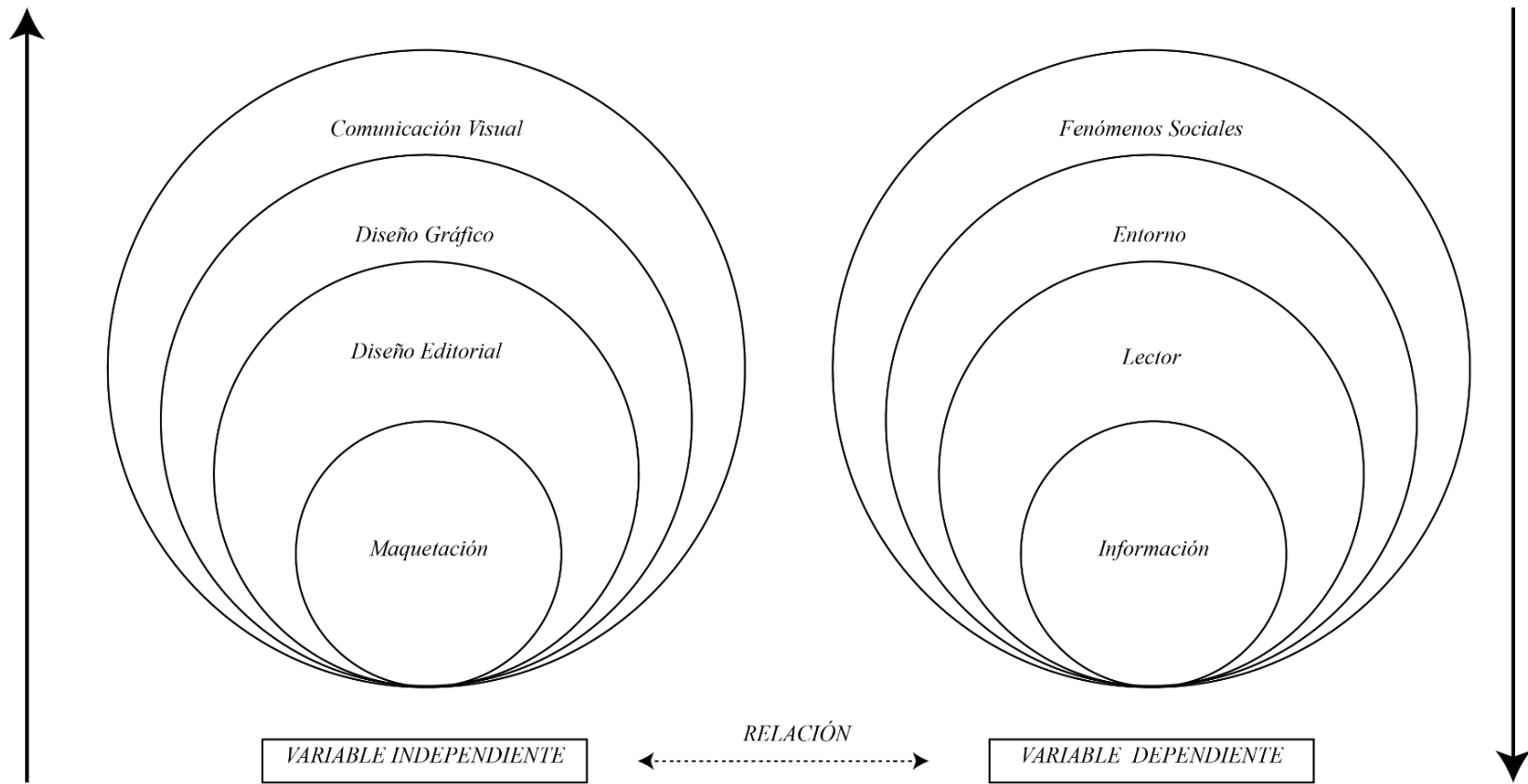


Figura 2. Categoría Fundamental (Variable Independiente – Variable Dependiente)

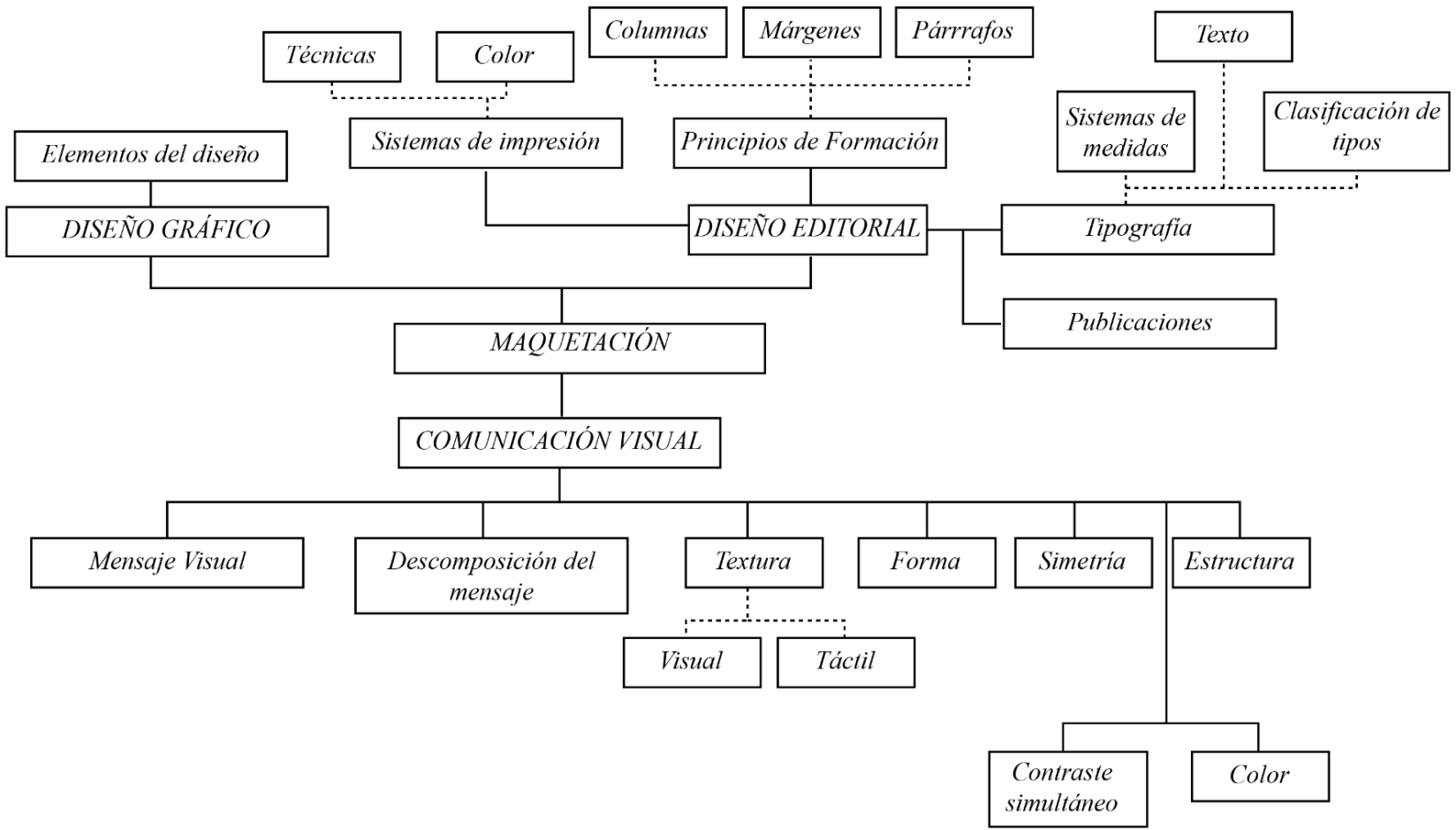


Figura 3. Categoría Fundamental (Variable Independiente)

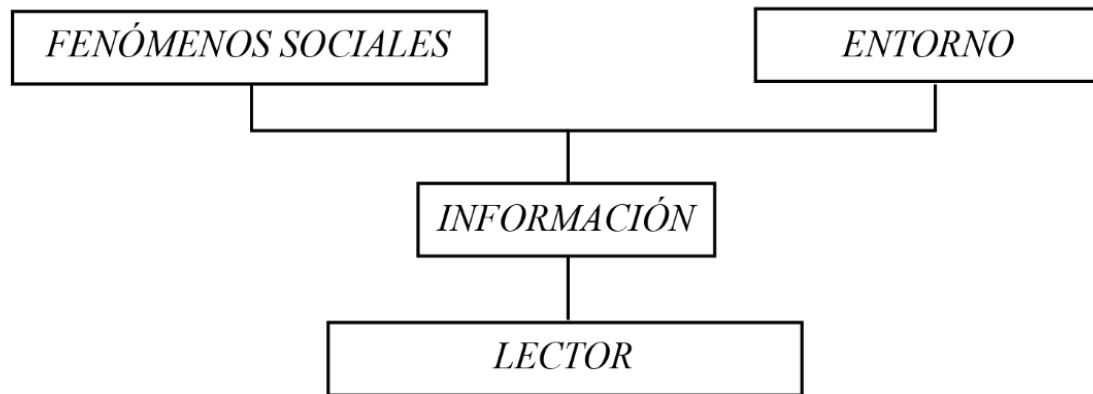


Figura 4. Categoría Fundamental (Variable Dependiente)

2.3. Definiciones conceptuales

2.3.1. Diseño Editorial

Esta rama del diseño gráfico se encargada de la maquetación de publicaciones tales como revistas, periódicos, suplementos, entre otros. A partir de Gutenberg con el surgimiento de los primeros impresos, libros, folletos, suplementos no se ha visto al diseño editorial como algo indispensable para la creación de una publicación hasta hace unas décadas donde su historia dio un giro lleno de sobresaltos. Muchos diseñadores empíricos están sumergidos en su propia ideología al momento de crear un elemento editorial sea por obligación, curiosidad o devoción hacia la lectura en papel sin embargo sus técnicas experimentadas no son suficientes pues en su afanoso labor los novatos y poco expertos cometen una serie de errores que no permiten satisfacer las necesidades de un lector y dejan obsoleto a tan agradable oficio.

a) Maquetación.-

Se define como maquetación a la composición gráfica de las páginas un elemento editorial, definiendo la distribución de la información que formara parte de la publicación, esto se logra a partir de un machote o diseño ideal.

b) Diagramación.-

Se basa en el diseño de cada uno de las páginas de la publicación, utilizando los principios de formación y buen manejo de los elementos. (Zappaterra, 2008)

2.3.1.2. Principios de formación

2.3.1.3. Formatos

Los formatos de papel fueron normalizados desde las series A (841x 1189 mm), B (1000x 1414 mm), C (917 x 1297 mm), D, teniendo en cuenta que estos son pliegos sin cortes. Brockmann (1982)

Los formatos A es la base de las demás series, B son aquellos sin cortes C son formatos de envoltura y D son adicionales, cada uno cumple con una determinada función dependiendo de la necesidad del editor. (Ver Figura 5)

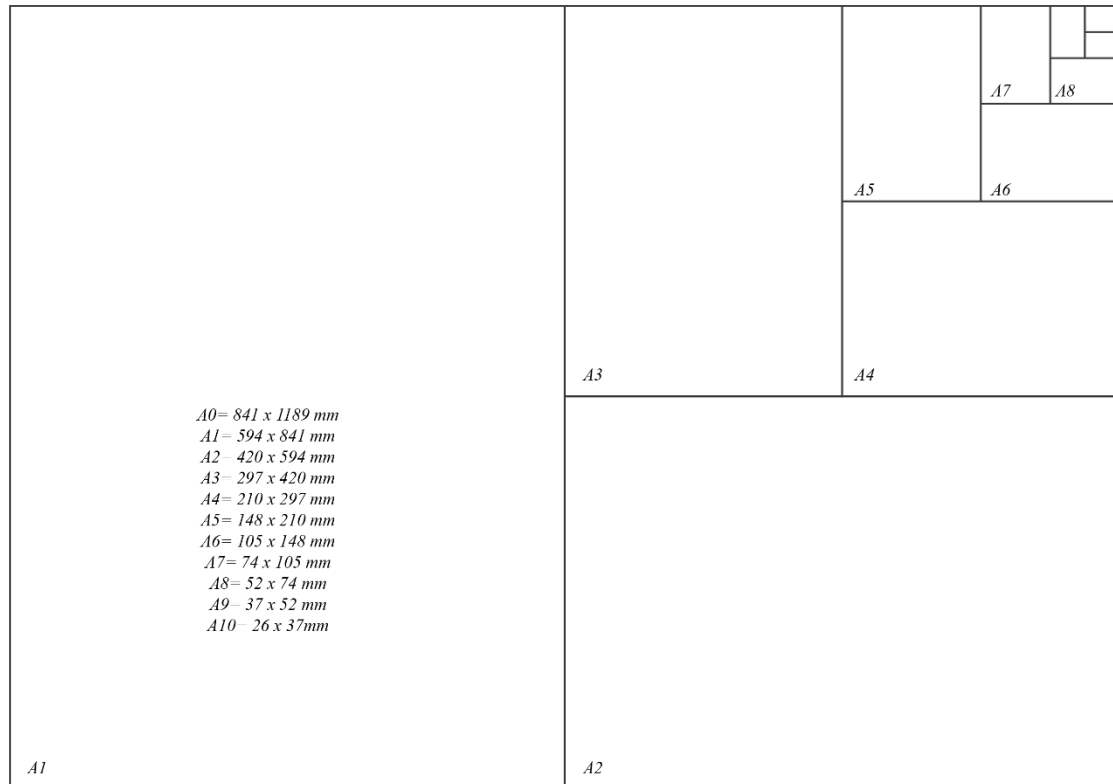


Figura 5. Unna, J. (2000). Formatos DIN A0- A10

2.3.1.4. Márgenes

El margen se ha convertido en uno de los grandes problemas de nuestro tiempo ya que en la actual industria editorial el factor económico no está a la par con la exigencia de los editores convirtiéndose en un factor de pérdida de calidad pues el mercadeo de tales elementos tratan de ganar lo más posible en sus ventas dejando un lado la correcta construcción y olvidando la interacción del consumidor con el medio. Como se ha mencionado anteriormente los medios impresos están perdiendo la batalla contra medios digitales y el mundo globalizado pero no hay que olvidar que estos son una demostración tangible del pensamiento y descubrimiento humano. (Unna, 2000)

¿Qué son los márgenes? Son los espacios en blanco que cumplen funciones cardinales con un solo objetivo el de comunicar de manera grata y precisa un mensaje, se puede definir ciertos aspectos técnicos:

- _ Evitar la pérdida de información en los cortes y acabados.
- _ Mantener un área para manipulación.
- _ Lectura sin obstrucciones visuales.

Para cumplir estos aspectos no es necesario mantener márgenes amplios en la edición, acabados, cortes normalmente llegan a necesitar 3mm a 5mm dependiendo del material utilizado en la estructura de la publicación sin embargo en la encuadernación se necesita un análisis más amplio dependiendo de la técnica y tipo además de otros factores a tener en cuenta como volumen, componente y tipo de medio.

Hay varios métodos para la constitución de los márgenes sin olvidar que publicaciones estructuradas en tiempo pasado presentaban unas proporciones de cuatro reglas:

- _ La diagonal de la caja debía coincidir con la diagonal de la página.
- _ La altura de la caja debía ser igual a la anchura de la página.
- _ El margen exterior (o ‘de corte’) debía ser el doble del margen interior (o ‘de lomo’)
- _ El margen superior (o ‘de cabeza’) debía ser la mitad del margen inferior (o ‘de pie’). Esta regla es consecuencia de las tres anteriores. (Unna, 2000, p. 168)

Método de la diagonal.- Resulta de seguir la primera regla sin tomar en cuenta las siguientes tres restantes. Como resultado un ordenamiento armónico de ambas diagonales y la mancha tipográfica pues reposan sobre la misma línea. (Ver Figura 6)

Método de la doble diagonal.- El método anterior trazando la diagonal de doble página llegando a un resultado (Ver Figura 6). Sobre la primera diagonal (1) marcamos la esquina superior izquierda (a) de la mancha tipográfica; desde ahí trazamos una horizontal hasta encontrar su intersección con la segunda diagonal (b). Esta intersección marca la esquina superior derecha, desde donde trazamos el vertical h. El límite inferior del texto se localiza en la intersección de h y 1. Con este procedimiento se consigue un juego de márgenes que cumple con las reglas 1,3 y 4. Este método se utiliza principalmente en formatos que tengan proporciones áureas. (Unna, 2000, p. 171)

Sistema normalizado Iso 216.- Cuando se cumplen las cuatro reglas sobre un formato Iso 216, la mancha de texto resultante tiene la medida del siguiente rectángulo de la serie. Es decir: si se está utilizando una hoja A4 (210 mm X 297 mm), la mancha tipográfica tendrá exactamente las dimensiones A5 (148 mm X 210 mm). Aparte, las proporciones Iso 216 no están muy lejos del canon ternario, como se puede apreciar en la ilustración. (Unna, 2000, p. 171) (Ver Figura 6)

Canon Ternario.- Si la página tiene una proporción 2:3 y se cumplen las cuatro reglas, tiene lugar una interesante consecuencia: el margen de pie resulta igual a la suma de los márgenes laterales. A este sistema presente en muchos manuscritos medievales y en célebres incunables se le llama también canon secreto. Fue divulgado por Jan Tschichold en 1953. (Unna, 2000, p. 171)

Escala universal.- Este método es la creación de Raúl Rosarivo. Consiste en dividir la página en una cantidad igual de secciones verticales y horizontales, la cual debe ser múltiplo de tres. Hecha la división, se reserva una sección en sentido vertical para el margen de lomo y dos para el margen de corte; una sección horizontal para el de

cabeza y dos para el de pie. La anchura de los márgenes resulta inversamente proporcional al número de divisiones. (Ver Figura 6) (Unna, 2000, p. 168)

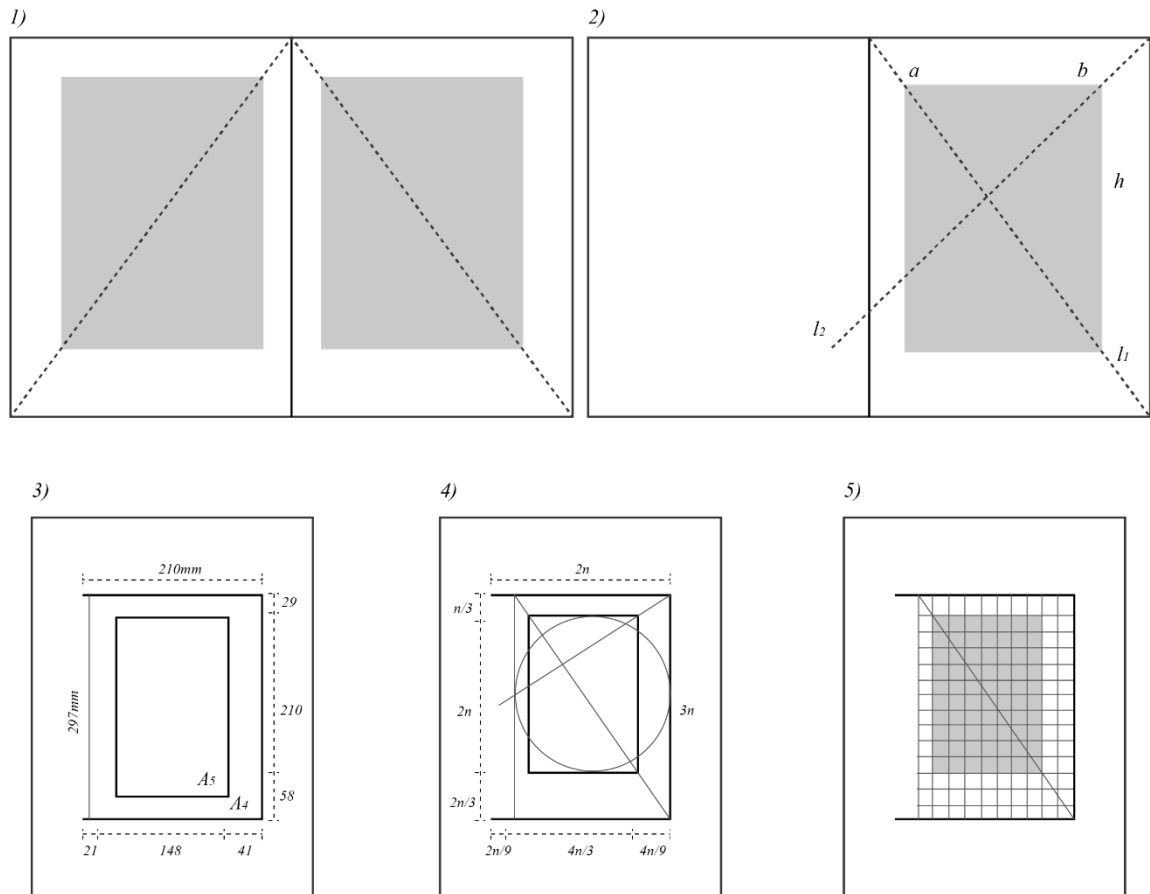


Figura 6. Unna, J. (2000). 1) Método de la diagonal, 2) Método doble diagonal, 3) Sistema normalizado Iso 216, 4) Canon Ternario, 5) Escala Universal.

2.3.1.5. Retículas

Resulta inquietante la historia de la retícula pues se remonta no solo al diseño gráfico moderno como lo conocemos sino va más allá de lo cotidiano se desenvuelve en el novedoso mundo de la industria pues permitió que a lo largo de los últimos cincuenta años se desarrollara de manera espontánea creando así un lenguaje visual organizado y armónico con todos los elementos puestos en una publicación. Además es un conjunto determinado de relaciones basadas en la alineación y armonía de la información, actúan como principal guía de distribución de los datos del formato pues todo diseño se compone por una serie de elementos visuales: imágenes, símbolos, texto, titulares, entre otros; todos ellos tienen un propósito que es el de comunicar, la retícula

cumple la función de organizar rigurosamente todo este conjunto de manera sistematizada y jerárquica el uso de esta puede facilitar maquetar cantidades ingentes de información. Se compone de diferentes partes cada una satisface una necesidad en la estructura general: (Ver Figura 7)

Márgenes.- Son espacios negativos entre el borde y el contenido del formato. Definen la zona de trabajo dispuestos para la información.

Líneas de flujo.- Alineaciones que rompen el espacio dividiéndose en bandas horizontales, son las guías principales del campo visual del perceptor con el formato.

Zonas Espaciales.- Conjunto de módulos que forman campos claramente identificables, se los puede delegar información específica.

Marcadores.- Son indicadores de posición de texto subordinado, los cuales ocupan una sola posición en la maqueta.

Módulos.- Son unidades individuales de espacio que van a contener información, están separados por medidas regulares.

Columnas.- Son alineaciones verticales de información. (Samara, 2004)

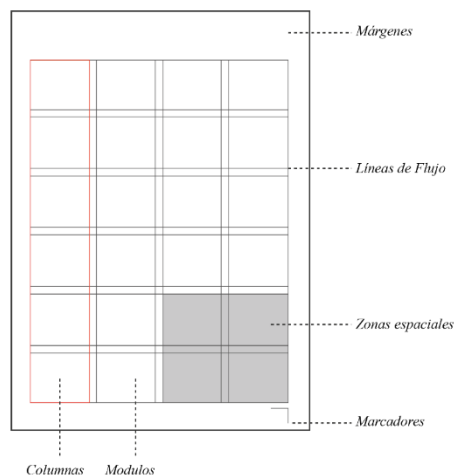


Figura 7. Samara, T. (2004). Partes de una retícula

Construir una retícula adecuada depende de dos fases de desarrollo. En la primera se centra el diseñador analizando las características de la información y su naturaleza además de los requisitos de producción se debe tener en cuenta la idiosincrasia de los datos es decir adelantarse a múltiples problemas, maquetación, calidad de información, imágenes y todo cuanto sugiera la conformación de la publicación.

La segunda fase consiste en maquetar el contenido con las guías establecidas en la retícula, sin olvidar que su trabajo es de otorgar una unidad global de cuanta información exista en la publicación. Una retícula bien planeada crea diferentes oportunidades además que satisface necesidades visuales de información. Existen diferentes tipos de retículas entre las cuales tenemos:

Retícula de manuscrito.- Se la llama también retícula de bloqueo, sin duda es estructuralmente la más sencilla de crear. Su estructura es básicamente un área grande y rectangular formada por márgenes que definen su posición en la página. Útil para textos largos y continuos. En una estructura tan simple se debe tener en cuenta la naturaleza de la información y crear un interés visual, esto se puede lograr ajustando los márgenes, manteniendo los bloques de texto de las páginas de izquierda a derecha en torno a un margen medianil más amplio, incluir ilustraciones pequeñas u otros elemento de esta manera se permite el descanso visual. (Ver Figura 8)

Retícula de columnas.- El contenido que se presenta de forma discontinua puede ser ventajosamente dispuesto en columnas verticales dicha retícula es flexible y puede utilizarse para separar diversos tipos de información. La anchura de las columnas depende del cuerpo de texto y el medianil se la logra con una medida x , los márgenes dos veces la anchura del medianil teniendo como resultado $2x$, de esta manera se logra atraer la atención del ojo a la parte interior, evitando tensión entre el borde de la columna y el borde del formato. (Ver Figura 8)

Retícula Modular.- Es en esencia la unión de varias columnas con un gran número de líneas de flujos horizontales que subdividen las columnas en filas creando celdas que se denominan módulos. (Ver Figura 8)

Retícula Jerárquica.- Se basa en la interacción óptica que provocan los diversos elementos establecidos por un orden jerárquico. Se utiliza para construir libros, carteles o páginas web. (Ver Figura 8)



Figura 8. Samara, T. (2004). 1) Retícula de manuscrito, 2) Retícula de columnas, 3) Retícula Modular, 4) Retícula Jerárquica.

2.3.1.6. Tipografía

2.3.1.7. Sistemas de Medidas Tipográficas

International Organization for Standardization ISO un organismo creado en 1947 con sede en Ginebra y con alrededor de un centenar de miembros, se hace presente en lo que concierne al diseño editorial a lo siguiente:

Sistema DIN norma alemana que data de principios de siglo y ahora se lo denomina ISO 216, se aplica en manufactura y corte de papel en la imprenta.

Organización de caracteres tipográficos en tablas de 8,16 y 32 bits, para el intercambio de datos en informática (Normas Iso 8859-1 e Iso 10646 o Unicode).

El establecimiento de un sistema internacional de unidades tipográficas basado en un sistema internacional de unidades. (Unna, 2000, p. 45).

Según el autor Unna (2000). La aparición del sistema de medidas empezó con:

De Gutenberg a Garamond.- Johannes Gutenberg concibe la idea de fabricar la prensa escrita con tipos móviles, su trabajo más reconocido sin duda fue la Biblia de 42 líneas. Inventa la idea de realizar piezas de metal primero elaborando una letra previamente perfilada en la cabeza de un punzón de acero, enseguida esta golpeaba sobre un material más blando como el cobre, finalmente construía una segunda pieza que recibirá el metal fundido sometido a presión por la prensa. Creando así una aleación de dieciséis partes de plomo por tres de antimonio y una de estaño. Gutenberg además modificó una prensa de uva para sostener el papel y la caja de dibujar letras, grabarlas en acero, elaborar los moldes y fundir los tipos individuales.

El francés Claudio Garamond lanzó en 1530 un grabador de tipos de cada imprenta convirtiéndose en modernas versiones, este fundidor independiente incursionó destacadamente en la tipografía y en el grabado caligráfico de la época.

Sistema Fournier.- Durante la época cada ciudad tenía su sistema propio de medidas pasaron prácticamente dos siglos en la evolución de la imprenta para que se viera a flote el nacimiento de los sistemas de normalización. Pierre Simon Fournier (1712-1768) célebre grabador francés tuvo la iniciativa de regular las medidas tipográficas publicando en este año un sistema de proporciones, el autor escogió una pulgada prácticamente desconocido, un pouce, en ella asentó su sistema se basa en dividir esta unidad en seis partes y subdividir cada una de las fracciones en doce puntos, fijó la altura de estas en sesenta y tres puntos. La nomenclatura quedo como la letra de seis puntos y el cíceros como letra de doce puntos. Las letras se distinguieron por cierta nomenclatura tradicional: Nomenclatura, Gallarda, Romanita, Cíceros, Canon, asentando una tabla de equivalencias donde la parisina media cinco puntos, romanita diez puntos, filosofía de once puntos, cíceros a dos nomenclaturas y así sucesivamente.

Los trabajos de este célebre autor fueron publicados entre 1737 y 1766, en su obra “Manuel Typographique” se pudo observar dicha tabla de medidas, a pesar que este sistema fue olvidado hay que agradecer su surgimiento.

Sistema Didot.- Francisco Ambrosio Didot dio el surgimiento al sistema de medidas perfeccionando la tabla propuesta por Fournier, baso su medida en el pie del rey (pied du roi) siendo la unidad de medida legal permitida en el reino. La unidad del sistema Didot es el cíceros, se divide en 12 puntos. (1 pie de rey=12 pulgadas, 1 pulgada= 12 líneas, 1 línea= 12 puntos).

Sistema Pica.- Benjamín Franklin ejerció como su primer oficio la imprenta, aprendió del oficio en Boston y lo perfeccionó en Londres. En 1728 fundo en Filadelfia una imprenta haciendo uso del sistema de Fournier. La pica mide 0,013837 pulgadas (0,3514598 mm) equivale a $1/72.27$ un valor muy cercano a un sexto de pulgada, no fue hasta 1898-1905 donde los ingleses la adoptaron y la introdujeron a sus colonias.

Pica PostScript.- Muchos de los programas de computadora que elaboran trabajos editoriales como: Quark Xpress, Corel Ventura, Page Maker y sistemas operativos como Windows emplean el lenguaje PostScript. El sistema fue creado para comunicar

ordenadores con impresoras con el fin de descifrar información sin recurrir a un equipo intermediario, se adoptó la pica de 1/72”

NF Q 60-010.- Este sistema trata de terminar la dispersión en el campo editorial del territorio francés definiéndose en 1978 base al sistema internacional de unidades. Contempla cada uno de los elementos para la construcción del oficio: papel, máquinas y tipos, material fotográfico, colorimetría , tintas, entre otras. La dimensión equivalente al punto en AFNOR (Asociación Francesa de Normalización) es 0,25mm siendo esta la distancia mínima perceptible a simple vista.

2.3.1.8. Clasificación de tipos

Según el autor Unna (2000). Existen numerosas clasificaciones de tipos que datan de siglos tipográficos como: Maximiliano Vox, Francis Thibaudeau, Aldo Novarese, Heinrich Siegert Giuseppe Pellitteri, Javet Matthey, Jan Alessandrini, Hermann Zapf, Robert Bringhurst han clasificado de los tipos por sus rasgos y terminaciones sin embargo el más exponente sin duda fue la obra de Thibaudeau (1860-1925) este se basa en contraste de las astas, formas y terminales para ordenar los tipos en cuatro grupos:

Góticas

Romanas (Antiguas, egipcias, Elzevirianas, De Didot)

Cursivas o de escritura.

Más tarde en 1967 Javet Matthey da a conocer la siguiente lista:

Romanas antiguas

Romanas de transición

Romanas modernas

Antiguas o grotescas o palo seco

Egipcias

De escritura

Adornadas y de fantasía.

Sin embargo Robert Bringhurst publicó un estilo artístico:

Renacentistas

Barrocas

Neoclásicas

Románticas

Realistas

Modernistas geométricas

Modernistas líricas

Postmodernistas.

En 1957 se formó la ATYPI un sólido grupo de tipógrafos profesionales y aficionados, estos han ayudado de innumerables maneras a organizaciones incluyendo a la Unesco en sus trabajos editoriales. En 1962 se publicó una lista nueva el sistema DIN 16518- ATYPI adopción sin duda de la obra de Maximilien Vox.

Humanas (Les humanes).- En Italia durante el siglo XV se dio un movimiento renacentista llamado humanismo en Venecia los impresores dan origen a un conjunto de caracteres de remates gruesos y cortos, sus astas son ligeras y sus trazos de las letras circulares tales como o-e y b-d-p-q son oblicuos. (Ver Figura 9)



Figura 9. UNNA, J. (2000). Partes características de las letras humanas (Letra Centaur)

Garaldas (Les garaldes).- Su nombre nace de la unión de Claudio Garamond y Alde Manuzio en el siglo XVI y XVII, sin duda los autores combinaron estilos románticos y elegantes. Se caracteriza por sus contrastes entre gruesos y delgados con terminales cóncavos y triangulares extendidos. (Figura 10)

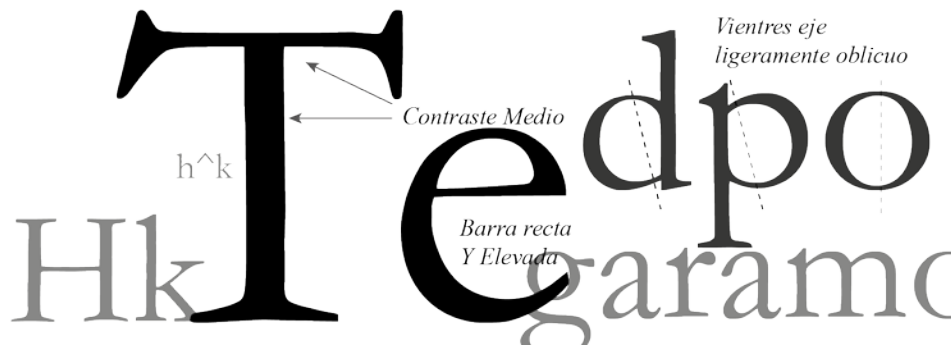


Figura 10. UNNA, J. (2000). Partes características de las Garaldas (Letra Garamond)

Reales (Les réales).- Imprimerie Royale vio la luz en 1640 por Luis XII cumpliendo un solo objetivo el de mejorar la calidad de la tipografía francesa, seguidamente en 1692, Luis XIV conjuntamente con algunos tipógrafos reconocidos de la época (Nicolás Jaugeon, Simonneau y Grandjean) dieron el nacimiento a una nueva letra Romain du Roi. Estas letras tenían un contraste entre gruesos y delgados y sus terminales conservaban la forma triangular y cóncava de sus sucesoras las Garaldas. (Ver Figura 11)



Figura 11. UNNA, J. (2000). Partes características de las reales (Letra Baskerville Old Face)

Didonas (Les didones).- El término viene de la unión de los nombres Didot y Bodoni, aparecen en el siglo XVII. En este tipo se exageran los contrastes con astas gruesas y delgadas de las reales y exigüamente datan de curvaturas, sus remates son delgados y rectos. (Figura 12)



Figura 12. UNNA, J. (2000). Partes características de las Didonas (Letra Bodoni MT)

Mecanas (Les mécanes).- Con la revolución industrial vino un sin número de cambios, sociales, culturales, y también en el arte entre los siglos XVIII y XIX. El mundo se volvió mecanicista por ende la tipografía tuvo una gran transformación. Estas letras se desligaron completamente de formas tradicionales, son más energéticas, es decir tiene rasgos triangulares, contrastes variados y formas geométricas simplificadas.



Figura 13. UNNA, J. (2000). Partes características de las mecánicas

Lineales (Les linéales).- En Suiza y Alemania en el siglo XX dan a parición este tipo de letras se basan en antiguas inscripciones griegas y romanas, se conforman por mínimos elementos, desprovistas de remates para conservar su forma pura tienen cambios de espesor, inclinaciones y condensaciones.

Incisas (Les incisives).- Vienen del verbo incidir (cortar, herir, romper), suelen llamarse también lapidarias, tienen un estilo similar de los elementos que se encuentran tallados en rocas. Entre su grupo se encuentran las adornadas, sombreadas y fileteadas.

Caligráficas (Les scriptes).- Su aspecto caligráfico son similares a la escritura con pluma y tinta.

Manuales (Les manuales).- Estas letras parecen haber sido dibujadas apoyando la mano a diferencia de sus antecesoras.

Fracturas (Les fractures).- Tiene un estilo Gótico.

Extranjeras (Les étrangers).- Se agrupan todas las letras no latinas.

2.3.1.9. Texto

Tracking.- Para mantener una lectura fluida es necesario ajustar el espaciado de la composición para mantener la legibilidad del texto, básicamente este se define como el proceso de expansión o compresión de un bloque de texto.

Kerning.- Describe el ajuste automático del espacio entre pares de letras, con el fin de que espacio entre las letras dentro de una palabra fuese ópticamente coherente.

Composición.- Los textos de una u otra forma tienden a ser organizados en función de varios factores, la necesidad de comunicación y la importancia de enviar un mensaje claro y conciso ha dado la tarea al tipógrafo de ofrecer una presentación clara y adecuada.

- _ *Alineación izquierda.*- Refleja una experiencia asimétrica en el texto. Sus líneas comienzan en el mismo punto y termina donde este su última palabra. El espaciado entre letras es uniforme.
- _ *Texto centrado.*- Impone simetría al texto creando formas con rasgos pictóricos. Los elementos de extremo a extremo tienen el mismo valor.
- _ *Alineación derecha.*- Enfatiza en el final de una línea en lugar de en su principio.
- _ *Texto justificado.*- La composición se constituye de forma simétrica al texto.

Textura.- La tipografía produce diversos tipos de sensaciones en la mente del lector esto es debido a la manipulación no solo de altura X del tipo sino la combinación perfecta entre contraste, trazo, grosor de la línea hay una gran riqueza de variantes que aportan una experiencia visual.

Interlineado y longitud de línea.- El propósito de manejar una composición con la adecuada estructura es conseguir una lectura fácil y legible. Si un texto tiene demasiada distancia entre líneas el lector fácilmente perderá el hilo de la lectura al contrario de una que conserve un espacio moderado esta se enfocara el contenido. El interlineado de un texto depende de la longitud de línea, líneas cortas necesitan un interlineado menor, las líneas largas, uno mayor. La longitud adecuada en pies de ilustraciones o titulares es la de 35 a 65 caracteres.

Titulares.- Los textos cuentan con subdivisiones dentro de su estructura a los cuales se denominan capítulos, estos suelen mostrarse mediante títulos o subtítulos según la importancia de la información, básicamente su función es de ordenar los datos de acuerdo al grado jerárquico en el medio. Según (Willi, 2003) el cuerpo estándar para el uso de titulares son 14, 16, 18, 20, 24 ,30, 36, 42, 48 y 60 puntos.

Líneas viudas y huérfanas.- Una línea viuda se encuentra al final de una columna de texto siendo esta una línea corta y una huérfana se encuentra siempre al principio de una nueva columna de texto, cumpliendo su función que es la de despejar el espacio visual. (Kane, 2017)

Legibilidad.- Se refiere a la percepción del ojo en la forma de las letras, la comprensión y legibilidad del mensaje se basa en interpretar cada una de los signos fácilmente desde un punto de vista físico. (Costa, 2003)

2.3.1.10. Sistemas de impresión

2.3.1.11. Técnicas de impresión

Según el autor Orozco en su documento de investigación menciona:

Xilografía.- Es el arte de reproducir imágenes grabadas en madera, se atribuye el nombre al griego Xilón, aparece en el año 1418. Esta técnica emplea moldes en relieve que se prepara mediante el tallado con gubias, formones y lancetas. El xilógrafo va disminuyendo partes en la tabla donde no se va a imprimir dejando altas las zonas de impresión entra en una prensa previamente sujeta adecuadamente y después del proceso de impresión se tiene como resultado el arte.

Impresión Flexográfica.- Es una forma de impresión en relieve, se caracteriza por el área de la imagen alzada, entintada y transferida directamente al material de impresión dado que posee placas flexibles de hule o plástico hace que sea versátil.

Impresión planográfica.- Se define como aquella manera de impresión que tienen zonas impresoras y zonas no impresoras en el mismo plano obteniendo una delimitación mediante procesos químicos, eléctricos o magnéticos.

Huecograbado.- Es uno de los sistemas más usados en la actualidad su proceso se basa directamente en la imagen impresa en un patrón de puntos, grabada debajo de la superficie por la cual el cilindro de hierro llena los huecos con la tinta transferida al sustrato.

Serigrafía.- Es un método de impresión basada en la aplicación de tintas a través de una superficie “esténcil” en una malla de fibras finas sintéticas o de metal, previamente diseñadas sobre el material.

Offset.- Las planchas de impresión se enrollan sobre un cilindro que entra en contacto con otro cilindro de caucho, rodillos de goma y metálicos llevan tinta y agua a la plancha, luego estas imprimen la información sobre el papel.

Sistema de impresión digital.- Una nueva tendencia de impresión aparece a la vanguardia debido al crecimiento acelerado de la sociedad, desde la existencia de los sistemas de impresión con costes elevados trata de satisfacer la idea de producir impresión de baja demanda, una de las soluciones más versátiles para tirajes cortos, personalización de documentos y demás necesidades del medio.

2.3.1.12. Color

RGB.- Es un modelo aditivo de color utilizado en imágenes digitales, sus siglas son R (Red), G (Green), B (Blue), si se mezcla la máxima intensidad de estas fuentes se lo percibirá como color blanco y en su menor intensidad dará como resultado un gris tenue. Se definen según la calidad del monitor utilizado y el número de píxeles.

CMYK.- Esta mezcla sustractiva se lo utiliza para impresión de elementos, sus siglas C (Cyan), M (Magenta), Y (Yellow) son los colores primarios de la paleta cromática y K (Black) que resulta de la unión de cantidades iguales de los antes mencionados colores. Una imagen digital RGB puede ser convertida en cuatricromía para su impresión sobre un sustrato.

Pantone.- Describe de forma exacta los colores a través de un código que facilita la elección del mismo organizado por la degradación de tintas, numeración, siglas y superficie del material. M (Mate), C y CP (Coated- Estucado), EC (Euro Coated), U y UP (Uncoated -Texturizado), TC y TX (Textil Color eXtended- tejidos), Q (opaque-plásticos opacos), TPX (Textil Paper Extended) y T (Transparent- plásticos). (Cevagraf, 2014).

2.3.1.13. Publicaciones

2.3.1.14. Periódico

Como menciona el autor Zappaterra (2008) el periódico es un transporte de ideas e información con la misión de emitir datos al lector de forma diaria, semanal de esta manera dando a conocer los hechos e incitando a una profunda reflexión.

Tamaños.- Sábana (56 x 43,3 cm), Berlinés (47 x 31,5 cm), Tabloide (35,5 x 25,5 cm Anglicismo 27,9 cm x 43,2 cm)

Secciones.-

- _ Portada.- La primera parte es la más importante ya que se da a conocer la imagen de marca de la empresa, además de noticias de suma relevancia que acontecieron en el día, es un componente que cumple una misión en específico el cual es atraer al lector con un claro mensaje y aludir a su compra.
- _ Contraportada.- Es la última página, completa la información, opinión y publicidad dentro del contenido del periódico.
- _ Informativo.- Noticias relevantes locales y nacionales.
- _ De opinión.- Incorpora diferentes temas de actualidad en base a colaboraciones periodísticas de la ciudadanía o personajes importantes.
- _ Cultural / Educativo.- Se desarrollan noticias y contenidos relacionadas a temas sociales, educativos, culturales, teatro, música, entre otros.
- _ Deportivo.- Noticias de interés y panorama deportivo tanto local, nacional e internacional.
- _ Publireportaje.- Utilizan las empresas y anunciantes para potenciar el consumo de un determinado producto o servicio, priorizando la información del mismo.
- _ Entretenimiento.- Lleva un amplio número de juegos, ensayos, poemas, crucigramas, tiras cómicas.
- _ Clasificados.- Anuncios breves donde se encuentran plazas de trabajo, departamentos, entre otros.

Papel.- La selección del papel es de suma vitalidad en el proceso de creación de un periódico, para el tacto y el aspecto que desea transmitir en una publicación ya que de esto depende la correcta expresión y reproducción de contenidos. Con una clara idea del mensaje los más utilizados para la creación de esta fuente de comunicación son:

- _ Estucado o sin estucar.- Estos reflejan mejor la luz y absorben la menor cantidad de tinta, permite producir una imagen más detallada, funcionan bien a nivel artístico facilitando legibilidad en el texto.
- _ Papel prensa.- Formado mediante la pulpa de madera, resiste los procesos de impresión normales, su acabado mate ayuda a la legibilidad de texto e imágenes. Tiene una corta vida útil.
- _ Mecánico.- Contiene ligninas ácidas, procede de la pulpa de madera y tiene una vida corta ya que se al pasar el tiempo se pigmenta amarillento y decolora.

Fotografía.- Es una técnica que nos permite crear reportajes y narraciones visuales, ayuda a reforzar el contenido de la información prevista en el artículo sumándole de esta manera un valor agregado, conjuntamente a la imagen se debe mostrar un pie de texto donde se informe la procedencia de la misma y el hecho acontecido de manera rápida, al igual que el texto una fotografía es manipulable sin embargo es tarea del diseñador editorial entregar noticia verídica al lector.

Ilustración.- Es parte importante del conjunto visual de un periódico ya que incorpora fuentes relevantes de información para obtener una interpretación conceptual. Están formadas de texto, imagen que varían dependiendo de la complejidad del artículo, sesión o del escenario que se maneja.

Formato Tabloide Anglicismo.- Refiere a un formato Tabloide usado en la construcción de periódicos con medidas menores a las establecidas siendo 279 mm x 432 mm.

Cabecera.- Es un elemento básico que refuerza la identidad visual y mercantil de cualquier publicación editorial sea esta digital o impresa genera una imagen de marca

propia del medio convirtiéndose así en un elemento identificador. Está formado por los datos de edición que forman una parte intrínseca del todo. La cabecera debe ser legible, distintiva y estéticamente atractiva añaden valor al producto y lo diferenciar de la competencia.

La cabecera responde a la cohesión de varios elementos interpretativos: Título (Parte fundamental que su extensión se delimitará por la extensión del formato), lema (Resalta virtudes del periódico), orejas (Información expuesta en el medio o espacios en blanco), elementos icónicos (Imágenes u ilustraciones que destacará en la publicación), filetes (Líneas de diferente grosor que separa los contenidos y enfatiza los textos), color (Recurso de gran importancia ya que genera fuera y personalidad). (González Díez & Pérez Cuadrado, 2014)

Filetes.- Son rayas rectilíneas de diferente grosor y dibujo horizontales o verticalmente que tienen como objetivo separar los elementos informativos. *Filetes.-* Subrayan palabras y letras, colocadas encima, debajo, al lado o en diagonal sirven para destacar el cuerpo de texto además de aportar un toque decorativo al medio, también se emplean para dividir en columnas tablas e información. Se clasifican en cuanto a su grosor: extrafinos (menos de medio punto), finos (0,5 a 1 pt), semigruesos (2 a 3 pt), gruesos (4 a 5 pt), lutos (6 pts o más).

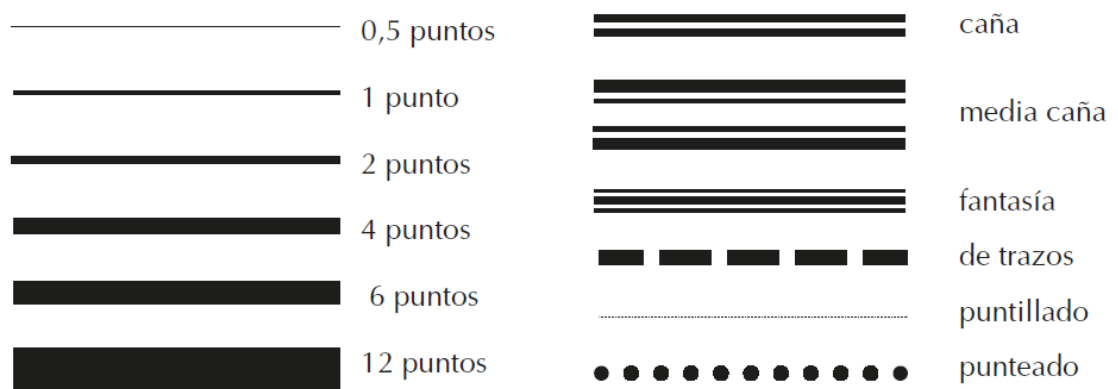


Figura 14. (González Díez & Pérez Cuadrado, 2001) Diferentes ejemplos de filetes.

Blancos.- Es un elemento básico en el diseño periodístico que permite obtener un descanso visual en la lectura siendo un factor óptico que mejora el aspecto del medio

también se lo define como los vacíos y partes de la página que no reciben tinta o a su vez que no han sido impresas, se clasifican en: Interlíneas o regletas (separan líneas), Cuadrados o espacios (separan palabras) y márgenes, corondeles, track y kern.

Capitulares.- Letra más grande que el resto de información puesta en el cuerpo de texto, su objetivo es llamar la atención sobre el artículo. Se pueden clasificar por posición: Altas (Inicia al pie de la capitular), Bajas, insertadas o en arrancada (Partes superior alineada a la primera línea del texto), Colgantes (Son estrechas), Pisadas. Los capitulares se emplean en mayúscula, minúsculas, signos de puntuación o signos gramaticales.

Topos.- Símbolos o signos que se emplean para llamar la atención en un punto clave de texto, pie de foto, viene acompañado por figuras las cuales pueden darse de círculos, semicírculos, cuadrados, triángulos o figuras ornamentales .



Figura 15. (González Díez & Pérez Cuadrado, 2001) Topos, bolos o balines. Tipografía Wingdings).

Fotografía Periodística.- La fotografía periodística es el reflejo de situaciones y hecho reales, no solo cumple con un objetivo en específico sino que abre una oportunidad de expresión poderosa de comunicación. Dentro del diseño periodístico la utilización de este elemento es de suma importancia esta debe primar de criterio informativo predominando la exclusividad de la misma.

Cumple con funciones las cuales son: Función Documental (Descripción plena de hechos), Función Simbólica (Alude al problema y lo expresa indirectamente), Función Ilustrativa (Rompe la monotonía del medio), función Estética (Únicamente se enfoca desde el punto artístico), Función de Entretenimiento (Su aspecto humorístico pretende distraer al lector se enfoca en presentar la información en foto noticia). (González Díez & Pérez Cuadrado, 2001)

2.3.2. Diseño Gráfico

2.3.2.1. Fundamentos del diseño

Según el autor Wong (1995), en su obra menciona:

Elementos conceptuales.- Son aquellos que no se perciben, estos parecen estar presentes.

- _ Punto.- No posee largo ni ancho, no indica posición y no ocupa zona en el espacio, principio y fin de una línea. Es la unidad mínima visual de comunicación.
- _ Línea.- El recorrido de un punto da lugar a la creación de una línea, esta tiene posición y dirección, largo pero no ancho. Es un elemento expresivo consecuente de su trayectoria podemos obtener, líneas curvas, rectas, onduladas, quebradas, mixtas.
- _ Plano.- La línea y su recorrido en movimiento se convierte en un plano, tiene largo y ancho pero no grosor. Define los límites del volumen además posee posición y dirección.
- _ Volumen.- Limitado por planos este posee una posición en el espacio. La secuencia de volumen da tres dimensiones largo, ancho y profundidad.

Elementos visuales.- Forman parte proveniente de un diseño esto es en realidad lo que observamos.

- _ Forma.- Son todos los elementos que nuestro ojo percibe en el espacio en su totalidad. La forma como plano está limitada por formas conceptuales constituyendo bordes en la forma, esta conlleva a una variedad de figuras (Geométricas, orgánicas, rectilíneas, irregulares, manuscritas, accidentales).
- _ Interrelación de formas a) Distanciamiento (Las formas se separan entre sí, sin embargo pueden estar más cercanas), b) Toque (Ambas formas comienzan a tocarse), c) Superposición (Cruza una forma sobre otra cubriendo una porción de la que quedo debajo), d) Penetración (Ambas formas parecen transparentes,

se entrelazan), e) Unión (Se reúnen y quedan como una sola forma), f) Sustracción (Una forma visible se cruza con una invisible quitándole una porción de la misma), g) Intersección (Se unen formas invisibles dando lugar a una pequeña porción siendo esta la única visible), h) Coincidencia (Sí acercamos ambas formas, habrán de coincidir, dando lugar a una sola figura).

- _ Medida.- Cada uno de las dimensiones de los elementos tanto en magnitud como en pequeñez.
- _ Color.- Impresión sensorial que el ojo capta sobre una superficie ya sea del espectro solar, neutro o medidas tonales y cromáticas.
- _ Textura.- Característica física de la superficie de una forma que atrae al sentido de la vista y del tacto.

Elementos de relación.- Dominada por la interrelación de formas posee dirección y posición y fácilmente son percibidos en el espacio y la gravedad.

- _ Dirección.- Depende de la dirección del sentido visual del observador (vertical ascendente y descendente, horizontal izquierda a derecha, oblicuo del frente hacia atrás).
- _ Posición.- posición de la forma de acuerdo al plano de la estructura del diseño u imagen.
- _ Espacio.- Sugiere una profundidad y las formas ocupan un tamaño.
- _ Gravedad.- Es la tendencia de atribuir sensaciones a formas o grupos de formas.

Elementos prácticos.- Subyacen el contenido y el alcance de un diseño.

- _ Representación.- Cuando una forma es tomada de la naturaleza humana con mención realista, estilizada o semiabstracta.
- _ Significado.- Se hace presente cuando se envía un mensaje mediante el diseño.
- _ Función.- Cuando el diseño tiene un propósito.

2.3.3. Comunicación Visual

Se define como comunicación visual a todo el contenido que se percibe con el ojo sea esta información casual (todo lo creado por la naturaleza sin manipulación de la mano humana) o intencional (información precisa causada de manera intencional sea esta estética o práctica), producida por mensajes visuales. (Munari, 1985)

2.3.3.1. Mensaje visual

Los mensajes visuales forman parte de un conjunto de mensajes que se incorporan a nuestros sentidos (sonoros, táctiles, térmicos, entre otros), teniendo como eje a un emisor el cual envía la información y un receptor el cual capta todos los datos enviados, sin embargo estos están inmersos en un ambiente lleno de interferencias que pueden llegar a distorsionar o anular el cometido, por lo tanto es necesario usar “filtros” adecuados para solventar cada una de las necesidades de los perceptores.

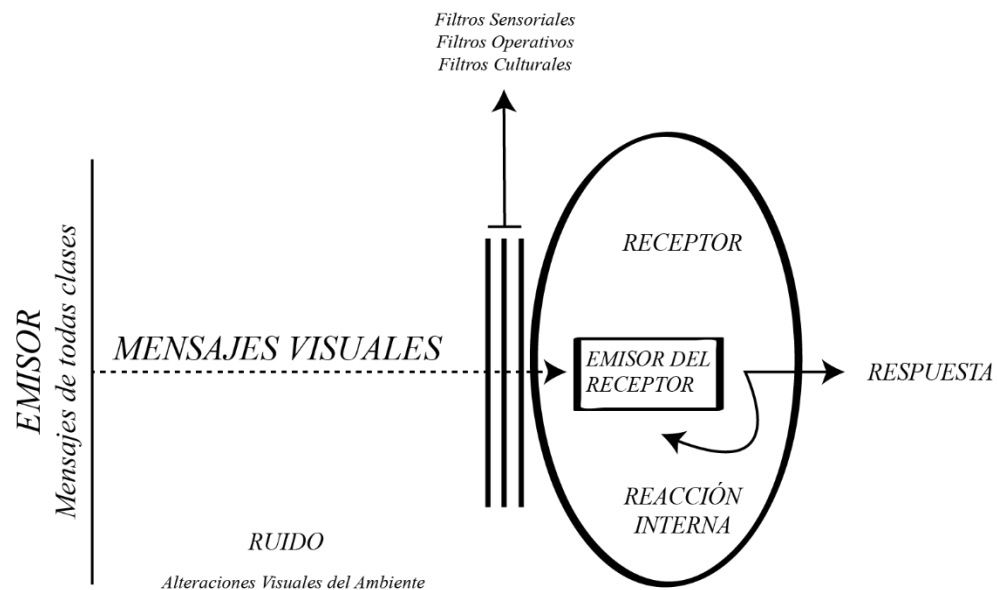


Figura 16. Munari, B. (1985). Mensaje visual.

2.3.3.2. Descomposición del mensaje

Se divide al mensaje en dos partes, la información y el soporte visual los cuales serán un todo cuando cumplan con su propósito.

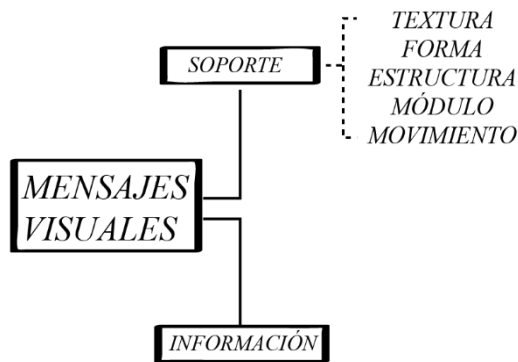


Figura 17. Munari, B. (1985). Descomposición del mensaje visual

2.3.3.3. Textura

La textura es un elemento visual que se encuentra formando parte de la superficie de una forma con el fin de sensibilizar el área. Se subdivide en dos grupos:

Textura visual.- Esta es estrictamente bi-dimensional, aquellas que son fácilmente captadas a simple vista por el ojo, se distinguen tres clases: *Textura decorativa* (texturas agregadas que pueden ser quitadas de una figura sin alterar la esencia de la misma), *Textura espontánea* (Es parte del proceso de creación visual, figura y textura no pueden ser separadas) y *Textura mecánica* (Creada bajo técnicas especiales mecánicas necesariamente subordinadas a las figuras).

Textura táctil.- Es un tipo de textura visible al ojo y se puede sentir con el tacto. Esta se muestra elevada sobre la superficie del objeto en el que se encuentra y produce un sinnúmero de sensaciones, entre el grupo de esta clase tenemos: *Textura natural asequible* (Como su nombre lo dice son aquellas que no han sido modificadas sino conservan su procedencia), *Textura natural modificada* (Los materiales de uso para dar forma a una textura son modificados sobre el área de la forma), *Textura organizada* (Partes de materiales divididos dan forma a una nueva superficie). (Wong, 1995).

2.3.3.4. Formas

Una forma se constituye de un sin número de elementos tales como ángulos, curvaturas que se encuentran al alcance de nuestros ojos y al parecer guardan características y fenómenos visuales importantes al momento de transmitir un mensaje.

2.3.3.5. Simetría

Las formas llevan sin duda al estudio de cuerpos complejos que surgen a partir de la aglomeración o conjunto de dos o más formas iguales a este resultado se lo conoce como simetría. Da lugar a las siguientes reglas:

- _ Identidad.- Superposición o giro de 360 grados de la forma sobre su propio eje.
- _ Traslación.- Repetición de la forma sobre una línea.
- _ Rotación.- Giro de la forma entorno a su eje.
- _ Reflexión.- Simetría bilateral que se obtiene poniendo la forma frente a un espejo.
- _ Dilatación.- Ampliación de la forma.

2.3.3.6. Estructura

Construcciones generadas a partir de la repetición de las formas estrechamente conectadas entre sí o en tres dimensiones su característica principal es modular un espacio.

2.3.3.7. Contraste simultaneo

La próxima de dos formas opuestas se valoran entre sí se intensifican y da lugar a una regla en la comunicación visual llamada contraste simultaneo en el cual las formas aún más complejas pueden ser distinguidas con un adecuado empleo de contraste.

2.3.3.8. Color

Para un diseñador el color es de suma importancia pues se lo utiliza de manera objetiva este transmite una información visual en cada uno de los objetos proyectados, la

psicología del color nos ayuda a entender como el campo y la percepción visual del ser humano los interpreta.

2.3.4. Información

El termino información se origina de la palabra latina *informare*, que significa poner en forma, dar forma a algo. También se refiere a representar, crear una idea o noción. Puede ser, por tanto, la clasificación de los símbolos y sus relaciones, con determinado propósito. A su vez otra definición la consideran como: la medida de nuestra libertad de elección, para escoger un mensaje de entre muchos disponibles. Por extensión, todo cuanto nos rodea es información y por lo mismo, deben entenderse a esta como una necesidad fundamental para todo ser humano, pues faceta y modifica socialmente sus hábitos y conducta. Como un proceso de comunicación, la información se convierte en un *esquema básico*, formado por quien la emite (emisor y fuente), el canal a través del cual la transmite en forma de mensaje y el receptor de la misma, contando también con la retroalimentación. (González Alonso, 2003, p. 91)

2.3.4.1. Lector

Persona, receptor, que posa la mirada en un escrito y que lo recorre en su contenido. Por lógica, es el destinatario natural de los mensajes escritos y, sobre todo, del periodismo. Fraser Bond los divide en tres tipos: intelectuales, prácticos y no intelectuales. (González Alonso, 2003, p. 97)

2.3.4.2. Entorno

En la antigüedad el proceso de comunicación se lo otorgaba a cortas frases como “Esta escrito, En el comienzo de la palabra” estas conferían poder y autoridad en las tradiciones judeo-cristianas e islámicas, también en civilizaciones China y cultas del Nuevo Mundo. En la actualidad el público muestra una exigua preocupación ante el declive de la capacidad de comunicación en masas, modos orales y escritos no se muestran triunfantes en la actual sociedad debido a una era globalizada la cual ha permitido que la persona receptora se interese más por una experiencia virtual y un papel más pasivo, no es necesario tener un riguroso vocablo, ni un coherente proceso de escritura para verse inmerso en este sistema de comunicación. La comunicación en masas en la actualidad es un proceso realmente importante pues los medios de comunicación cumplen el papel de enviar información relevante sobre distintos

aspectos (política, cultura, economía, deportes, entre otros), es importante conocer la conducta individual y colectiva al enviar un profundo flujo de información.

El lenguaje humano evolucionó a la par con el desarrollo del hombre. Grupos primitivos “animales comunicantes” hacían de la comunicación un papel muy importante en distintos esquemas sociales, es decir dependíamos netamente del flujo de información para mantener una estructura, no fue hasta la aparición de la escritura, donde se pudo definir conceptos de medios de comunicación, primitivamente se simbolizaba con signos, símbolos pictóricos los cuales se encontraban plasmados en murales, cavernas y estos a la vez representaban un mensaje. Es sin duda la escritura una oportunidad que se dio a la humanidad para transferir información, a medida que se extendió la capacidad de usarla el ser humano vio oportuno la creación de medios para compartir el flujo de datos a las diferentes masas.

A medida que la escritura evolucionaba fue necesario crear alternativas de medios móviles, es decir los datos no solo se plasmarían en piedra sino era necesario facilitar el transporte y un obtener un material más liviano, no fue hasta veinte y cinco siglos antes de Cristo cuando los egipcios descubrieron el papiro, después de la invención de Johannes Gutenberg varios ejemplares de libros fueron asequibles a la ciudadanía de clase media – baja y aparece la idea básica de un periódico en el continente europeo, en Inglaterra y en el Nuevo Mundo como elemento de transporte cotidiano de hechos, la prensa colonial distribuía copias y folletos para minoría educativa. Cuando se encontró la manera de financiar un periódico barato y con tirajes de amplia comercialización se inventaron técnicas de impresión más rápidas de esta manera nacen los medios de masas. (Ball-Rockeach y De Fleur, 1982)

2.3.4.3. Fenómenos sociales

Influencia de medios de comunicación.- Con la última revolución comunicativa surgió una sociedad dependiente de la interrelación de los medios de comunicación en masas este sistema se convirtió en biosocial es decir depende de no solo del factor humano sino alberga un sin número de aspectos sociales específicos, hoy en día esta

teoría gira entorno a tres paradigmas distintivos: funcionalismo estructural (Conjunto de partes relacionadas dentro de un equilibrio dinámico), evolución social (Una sociedad se organiza y se desarrolla como un organismo biológico) e interaccionismo simbólico (Relaciones existentes entre las actividades mentales individuales y el proceso social de la comunicación). (Ball-Rockeach y De Fleur, 1982).

2.4. Fundamentación

2.4.1. Fundamentación Legal

El presente proyecto investigativo se fundamenta en las leyes vigentes dictadas por la **Constitución de la República del Ecuador** creada en el año 2008, dicho documento es el fundamento y fuente jurídica que sustenta la existencia del Ecuador y su gobierno, se convierte en un texto principal de relación entre el gobierno y el pueblo como un “Estado de derechos” y una “constitución del bienestar”. La **Ley Orgánica de Comunicación** es un libro que asegura los derechos de comunicación, información y libertad de expresión de medios y ciudadanos en general, busca obtener un ejercicio participativo e incluyente de todos los ciudadanos ecuatorianos precisando todos los instrumentos de comunicación, **Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017** consta de doce objetivos que expresan la voluntad de transformación histórica del Ecuador se fundamenta en “Sumak Kawsay” es decir en el ser humano, su entorno natural y social. Finalmente **El Código de Ética Periodística en el Ecuador** viendo oportuno la aplicación de estos artículos legales para la correcta estructuración de información en el medio de comunicación. (Ver Anexos Fundamentación Legal)

2.4.2. Fundamentación axiológica

La fundamentación axiológica se asocia en la investigación pues esta se hace evidente en los temas de estudio y las referencias conceptuales para desarrollar correctamente la propuesta, a partir de esto deriva los valores tanto negativos como positivos en la construcción del objetivo, anhelando críticas constructivas y una valorización positiva.

La construcción de un periódico local conserva no solo evidencia latente del pueblo sino que es una joya cultural originaria en el terruño aportando historia ancestral

y auto reconocimiento del individuo, además identifica y empuja a la creación de un patrimonio invaluable del pueblo.

2.4.3. Fundamentación ontológica

La fundamentación ontológica está basada en el estudio profundo de la naturaleza del objeto de estudio, su realidad y la situación actual, al haber estudiado y tener conocimiento suficiente del tema propuesto la solución y el resultado marcarán un efecto positivo.

2.5. Formulación de hipótesis

La maquetación de un periódico influye en la transferencia de información.

2.6. Señalamiento de variables

Variable independiente: Maquetación de un periódico

Variable dependiente: Transferencia Información

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Diseño Metodológico

El presente proyecto contiene conceptos basados en estructura exploratoria descriptiva y explicativa correspondiente al tema de indagación y el objetivo enfocado a lo largo del plan de tesis. La claridad y organización de la información vertida en la distribución se hace obligada para asegurar la validez de la investigación sin embargo la ejecución de la propuesta se hace un hecho sustentable para el diseñador por lo cual es de suma importancia seguir cada una de las etapas, técnicas y procesos en particular para su construcción.

El método de investigación se ha basado en bibliografía que muestra la raíz de los hechos, fenómenos sociales que actualmente ponen en peligro y amenazan con la desaparición de los medios de comunicación escritos y la entrada de medios digitales como pioneros de la era globalizada, además conceptos de importancia los cuales nos ayudan a entender la estructura de la posible propuesta gráfica a realizarse, la investigación llega a ser una herramienta para producir ideas y procesos de innovación, es un instrumento invaluable que produce modelos y evidencia teóricas, ayuda en la comprensión de la realidad, detección y solución de problemas concretos, está vinculada a paradigmas aplicados al campo de conocimiento en un contexto cultural, social que se convierte en fuente de generación de pensamiento crítico.

3.2. Enfoque de la investigación

El método cuali-cuantitativo, es Cuantitativa por cuanto se utilizan procesos matemáticos como instrumento para la recolección de información (valores o datos estadísticos), Cualitativa porque se va a valorar como el diseño interfiere en el desarrollo de lectura de medios de comunicación escritos e influye en la transferencia de información al público, sin embargo dentro de este método se inscriben varias metodologías que precisan de criterios que dan valor a la investigación por ende la

información obtenida será interpretada teóricamente de manera coherente e ilustrada claramente.

3.3. Modalidad de investigación

3.3.1. Bibliográfica - documental

El enfoque se lo ha realizado en las obras de celebres escritores sapientes en el tema de estudio, estas fuentes de suma importancia al momento de recopilar información, aclarar y expandir el tema. Jorge de Buen Unna “Manual de Diseño Editorial”, Yolanda Zappaterra “Diseño editorial, periódicos y revistas”, Timothy Samara “Diseñar con o sin retícula” han demostrado mediante sus publicaciones el auténtico proceso para la creación de documentos editoriales. Sin embargo, la base teórica no solo se fundamenta en publicaciones editoriales impresas (libros y revistas) también tiene como punto de referencia artículos y documentos de estudio encontrados en la web.

3.3.2. De campo

Se define como investigación de campo cuando el autor del tema de estudio se enfoca principalmente en las raíces donde se suscita el hecho o fenómeno, aproximándose a una investigación exploratoria donde se trata de explicar y describir los elementos que se observan a simple vista, el investigador se enfrenta a un contexto del objeto determinando su comportamiento dentro del entorno estudiado.

3.4. Nivel de investigación

3.4.1. Exploratorio

El diseño editorial en la provincia de Cotopaxi vagamente ha sido identificado como principal precursor en la transferencia de información dentro de un medio de comunicación escrito, se ha logrado obtener información e investigaciones relacionadas o enfocadas en otro contexto (otras provincias y a nivel del país), se ha convertido en un hecho de estudio dentro del cantón Salcedo debido a la existencia de un periódico local “Vanguardia”, el cual exigüamente es leído por la población. Debido

a este acontecimiento es necesario aplicar antes mencionada investigación autores “*los estudios exploratorios se efectúan, normalmente cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes. Nos sirven para aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos*” (Fernández Collado, Hernández Sampieri, y Baptista Lucio, 1991, p.59).

3.4.2. Descriptivo

El objetivo de un investigador es buscar describir eventos y hechos dando a conocer cómo es y cómo se manifiesta tal situación, es por ello que el estudio descriptivo especifica las propiedades importantes de personas, grupos y comunidades o algún fenómeno con el fin de evaluar y someter a análisis diversos aspectos a investigar. La aplicación de este enfoque dentro del tema de estudio resulta muy útil al momento de armar conceptos y variables de interés las cuáles se manifestarán dentro de la fundamentación teórica y se las podrá ver latentes en el desarrollo del proyecto. (Fernández, et al.,1991).

3.4.3. Explicativo

“Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos: están dirigidos a responder a las causas de los eventos físicos o sociales” (Fernández Collado, Hernández Sampieri, y Baptista Lucio, 1991, p.66). Como lo manifiestan los autores el pleno interés en la aplicación de este enfoque se basa en la explicación de los distintos sucesos y conceptos de interés que se ha aplicado en el tema de estudio realizando un amplio análisis de la información obtenida.

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

La población hace referencia a los sujetos u objetos de estudios es decir “quiénes o qué” van a ser el centro de interés para el desarrollo del proyecto esto se lo

logrará precisando claramente el problema y los objetivos de la investigación propuesta, delimitado de esta manera la población que ha de ser estudiada y sobre la cual se pretende dar resultados. (Fernández, et al.,1991).

Según el último censo de Población y vivienda correspondiente al año 2010 realizado por INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) (INEC, 2014), el grupo de habitantes que conforman el Cantón San Miguel de Salcedo, Provincia de Cotopaxi son 58216 (14.2 % correspondiente a su provincia), respecto a nuestro público objetivo hombres 47.9% y mujeres 52.1%, siendo la PEA el 54.6% (14.8% de la PEA de la provincia de Cotopaxi) es decir 31785 ciudadanos.

POBLACIÓN	FRECUENCIA
Mujeres	30.336
Hombres	27.880
TOTAL	58.216

Cuadro 1. Población total del cantón Salcedo, Censo de población y Vivienda 2010.

3.5.2. Muestra

El universo al cual se aplicará la muestra corresponde 31785 correspondiente al 54.6% de la PEA, potenciales clientes del periódico “Vanguardia”.

Calculo de la muestra:

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

En donde:

N = Tamaño de la muestra (31785)

Z = Nivel deseado de confiabilidad

P = Probabilidad de ocurrencia

Q = probabilidad de que no ocurrencia

e = Error de muestreo

c= Colaboradores

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)31785}{(1,96)^2(0,5)(0,5) + 31785(0,05)^2}$$

$$n = 379$$

Nuestro cálculo de tamaño de la muestra dio como resultado 379 habitantes del Cantón San Miguel de Salcedo, sin embargo, hay que agregar a la persona colaboradora y directivo del periódico “Vanguardia” resultando como resultado final 381 personas.

3.6. Operacionalización de variables

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIÓN	INDICADOR	PREGUNTAS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Maquetación.- Es una parte del Diseño Editorial la cual tiene como función organizar, distribuir y jerarquizar elementos gráficos, datos escritos y visuales en una determinada área de la publicación (periódico, revista, suplemento, libro) de esta manera se logra incorporar una adecuada comunicación y flujo de información. Además tiene relación con los principios del diseño: composición, color y conceptos tipográficos los cuales se deben considerar para tener un resultado armónico.</p>	Publicación	<p>Periódico Información Costo</p>	<p>¿De la lista de periódicos señale cuáles lee usted?</p> <p>¿Del periódico que lee que información le resulta más relevante?</p> <p>¿El costo de “Vanguardia” está al alcance de su presupuesto?</p>	<p>Encuesta a los ciudadanos del Cantón San Miguel de Salcedo. (PEA)</p>
	Elementos gráficos	<p>Diseño Secciones Formato</p> <p>Ilustración Infografías Fotografías Marca corporativa</p>	<p>¿La distribución del periódico está en función de los contenidos recolectados por el editor? (Base reticular)</p> <p>¿Existe algún estudio de mercado para determinar las secciones del periódico? (Estudio de mercado para medir preferencias)</p> <p>¿Cuál es el formato de papel actualmente utilizado? (Gramaje) ¿El formato de papel usado para el periódico, fue adecuado de acuerdo a la información obtenida o algún estudio previo? ¿Qué características cumple el periódico?</p> <p>¿Sección entretenimiento, consta de ilustraciones elaboradas rigurosamente por el diseñador refiriéndose a sátira social, política</p>	<p>Entrevista al diseñador del periódico “Vanguardia”</p>

	Comunicación y flujo de información	Impacto noticioso Noticias top Share of voice (marca respecto a la competencia en el mercado)	<p>o deportiva? (Limitaciones según Ley de comunicación)</p> <p>¿Dentro de la estructura del periódico se muestra infografías útiles y de interés del ciudadano? ¿Bajo qué conceptos considera que es de interés del ciudadano?</p> <p>¿Las fotografías que se muestran dentro de un periódico generan impacto en usted? ¿Qué resolución le atrae más de las fotografías y qué calidad desearía que este dentro del periódico?</p> <p>¿Reconoce esta marca corporativa? ¿Es un...?</p> <p>¿Bajo qué características coloca la información de impacto noticioso?</p> <p>¿La portada del periódico posee noticias top? (Parámetros , características)</p> <p>Correspondiente al share of voice ¿Qué considera usted que podría mejorar la marca para posicionarse en el mercado?</p>	<p>Encuesta a los ciudadanos del Cantón San Miguel de Salcedo. (PEA)</p> <p>Entrevista al gerente general y diseñador del Periódico “Vanguardia”</p>
--	-------------------------------------	---	--	--

Cuadro 2. Variable independiente: Maquetación de un periódico

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIÓN	INDICADOR	PREGUNTAS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Transferencia de información.- El término información se define como un conjunto de datos, códigos, que sirven para construir un mensaje basado en hechos o fenómenos que giran en el entorno o medio construyendo de esta manera un significado y sentido a la realidad.	Conjunto de datos	Tendencia Tipología	¿El diseño modular de las páginas del periódico está enfocada en una tendencia actual? ¿Qué tipología maneja el periódico?	Entrevista al diseñador del periódico “Vanguardia”
	Fenómenos	Información no fidedigna Medios de comunicación Era globalizada	¿Los columnistas de su periódico se aseguran que la información sea fidedigna o recurren al amarillismo? ¿Qué estrategia han implementado para estar a la par con la era globalizada?	Entrevista al gerente general del Periódico “Vanguardia”
			¿Qué medios de comunicación utiliza a menudo?	Encuesta a los ciudadanos del Cantón San Miguel de Salcedo. (PEA)
	Entorno	Lector digital	Actualmente la era digital ha tomado rienda y ha dejado de lado el periódico como lo conocemos ¿Es usted un lector digital o un lector clásico?	

Cuadro 3. Variable dependiente: Transferencia de Información

3.7. Técnicas de recolección de datos.

La construcción de la información está sujeta a dos fases, las cuales contienen estrategias de suma importancia para la elaboración del proyecto, enfocados en nuestra necesidad estos son: plan para la recolección de información y plan para el procesamiento de información. El primero contiene recursos metodológicos requeridos por el objetivo e hipótesis.

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1.- ¿Para qué?	Objetivo general.- Analizar la estructura del periódico “Vanguardia”, y determinar la influencia y transferencia de información hacia su público en el Cantón Salcedo. Objetivo: Obtener información de relevancia sobre cómo percibe el ciudadano (PEA) la maquetación del periódico “Vanguardia”, y como se relaciona con la información.
2.- ¿De qué personas u objetos	PEA del Cantón San Miguel de Salcedo Gerente General y diseñador “Vanguardia”
3.- ¿Sobre qué aspectos?	Indicadores de Operacionalización.- Maquetación, diseño gráfico, diseño editorial, comunicación visual, información, lector, entorno, fenómenos sociales.
4.- ¿Quién?	Investigador.- Franco, D. (2017)
5.- ¿A quiénes?	Muestra estimada.- 379 PEA San Miguel de Salcedo. Gerente General y Diseñador “Vanguardia”
6.- ¿Cuándo?	Mayo 2017
7.- ¿Dónde?	Lugar de aplicación.- San Miguel de Salcedo
8.- ¿Cuántas veces?	Número de aplicaciones.- 379 encuestas Gerente General y diseñador “Vanguardia”
9.- ¿Cuáles técnicas de	Encuestas, Entrevista
10.- ¿Con qué instrumentos?	Cuestionarios

Cuadro 4. Plan de recolección de información

3.8. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información

3.8.1. Encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES CARRERA DE DISEÑO
GRÁFICO PUBLICITARIO

Encuesta para los habitantes del Cantón San Miguel de Salcedo Provincia de Cotopaxi.

Objetivo: Obtener información de relevancia sobre cómo percibe el ciudadano (PEA) la maquetación del periódico “Vanguardia”, y como se relaciona con la información.

MARQUE CON UNA X EN LA CASILLA.

Cuestionario:

1) ¿De la lista de periódicos señale cuáles lee usted?

- | | |
|------------|--------------------------|
| Comercio | <input type="checkbox"/> |
| Universo | <input type="checkbox"/> |
| Vanguardia | <input type="checkbox"/> |
| Extra | <input type="checkbox"/> |
| Gaceta | <input type="checkbox"/> |

2) Del periódico que lee, ¿Qué información le resulta más relevante?

- | | |
|-----------------|--------------------------|
| Política | <input type="checkbox"/> |
| Local | <input type="checkbox"/> |
| Mundial | <input type="checkbox"/> |
| Opinión | <input type="checkbox"/> |
| Cultural | <input type="checkbox"/> |
| Deportes | <input type="checkbox"/> |
| Clasificados | <input type="checkbox"/> |
| Entretenimiento | <input type="checkbox"/> |

3) ¿Las fotografías que se muestran dentro de un periódico generan impacto en usted?

- | | |
|----|--------------------------|
| Si | <input type="checkbox"/> |
| No | <input type="checkbox"/> |

4) ¿Reconoce esta marca corporativa? ¿Es un...?

VANGUARDIA

- Libro
- Social media
- Periódico
- Imprenta

5) ¿Qué resolución cree usted que tienen las fotografías impresas en “Vanguardia”?



- Alta
- Baja

6) ¿Qué resolución de las imágenes le gustaría mirar en “Vanguardia”?

- Alta
- Media
- Baja

7) ¿El costo de “Vanguardia” está al alcance de su presupuesto? (0.75 cntvs)

- Si
- No

¿Por qué?.....

8) ¿Lee el periódico de manera digital o impresa?

- Digital
- Impresa

¿Por qué?.....

9) ¿La información expuesta en “Vanguardia” le resulta atrayente de leer?

- Si
- No

¿Por qué?.....

10) ¿De las siguientes opciones, como considera la distribución de la información expuesta en “Vanguardia”?

Organizada

Medianamente Organizada

Desorganizada

Análisis de resultados

Pregunta 1

<i>¿De la lista de periódicos señale cuáles lee usted?</i>		
	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Comercio</i>	207	54.6%
<i>Universo</i>	7	1.8 %
<i>Vanguardia</i>	47	12.4 %
<i>Extra</i>	106	28.0 %
<i>Gaceta</i>	12	3.2 %
<i>Total</i>	<i>379</i>	<i>100 %</i>

Cuadro 5. Lista de periódicos.

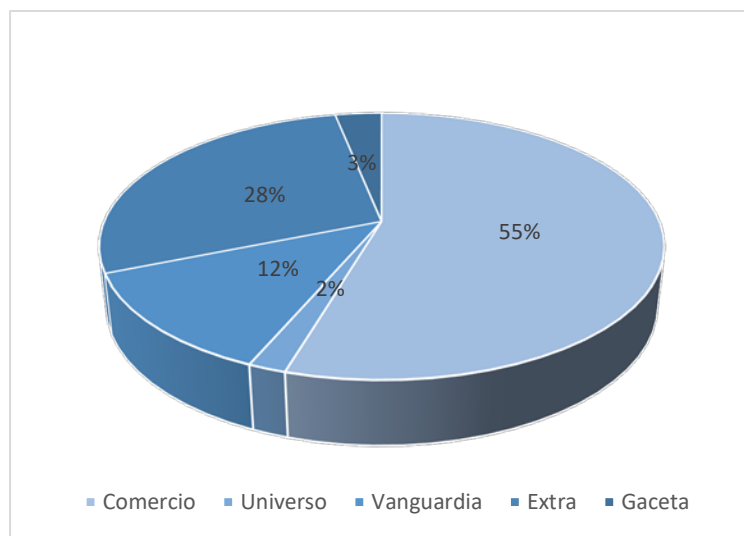


Gráfico 1. Lista de periódicos.

Los ciudadanos del Cantón San Miguel de Salcedo señalan el 55 % correspondiente a la lectura del diario “El Comercio”, en segundo lugar con 28 % el periódico “Extra” estando estos entre las tres primeras categorías de lectura a nivel Nacional. Tan solo el 12 % señalaron nuestro objeto de estudio “Vanguardia”. Un posible problema podría ser que la marca no este posicionada en la mente del consumidor, esto debido a la exigua campaña publicitaria que posee el periódico, entre otros tendríamos el diseño editorial del medio, un proceso de diagramación sobrevalorado, una maquetación mecanizada.

Pregunta 2

<i>Del periódico que lee ¿Qué información le resulta más relevante?</i>		
	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Política</i>	65	11.5%
<i>Local</i>	71	12.5%
<i>Mundial</i>	93	16.4%
<i>Opinión</i>	45	7.9%
<i>Cultural</i>	64	11.3%
<i>Deportes</i>	107	18.9%
<i>Clasificados</i>	44	7.8%
<i>Entretenimiento</i>	78	13.8%
<i>Total</i>	<i>567</i>	<i>100%</i>

Cuadro 6. Información preferencial, apartados de periódicos.

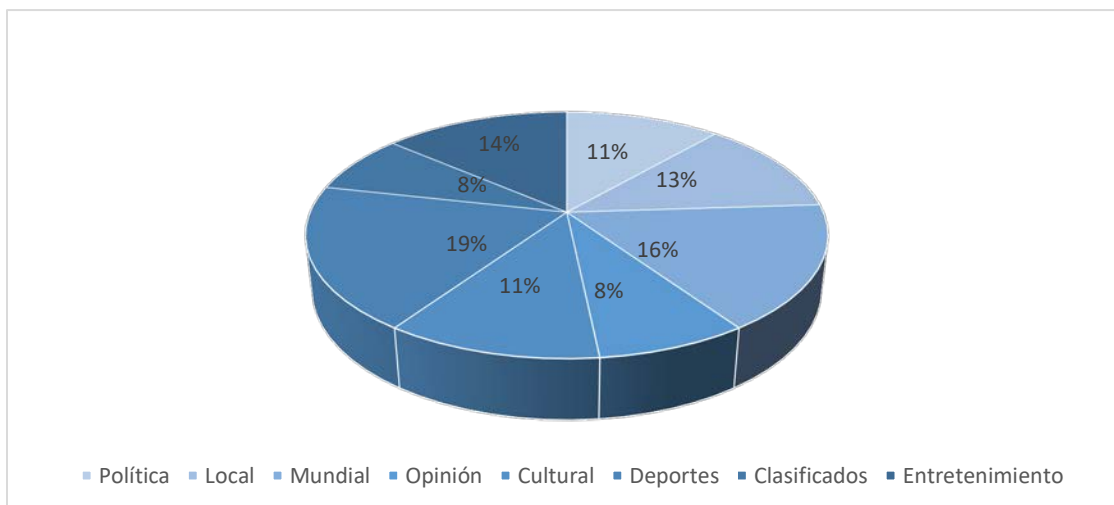


Gráfico 2. Información preferencial, apartados de periódicos.

Los apartados o sesiones del periódico más leídos por la ciudadanía del Cantón Salcedo son: deportes con el 19 %, mundial que ocupa 16 % y finalmente entretenimiento 14 % siendo estas las tres primeras categorías de información que mantienen interesado en la lectura de este medio de comunicación de tal modo que habría que realzar el aspecto e interés en las noticias locales que ocuparon un no tan notable cuarto lugar con un 13 % ya que se trata de un periódico local el cual da a conocer noticias del terruño y sus alrededores.

Pregunta 3

<i>¿Las fotografías que se muestran dentro de un periódico generan impacto en usted?</i>		
	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Sí</i>	207	54.6 %
<i>No</i>	172	45.4 %
Total	379	100 %

Cuadro 7. Impacto provocado por las fotografías expuestas.

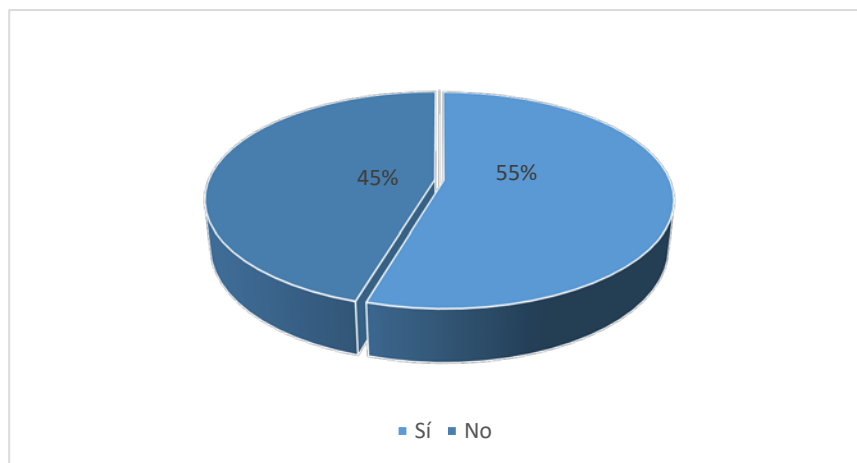


Gráfico 3. Impacto provocado por las fotografías expuestas.

La fotografía es un elemento importante de los contenidos informativos que se encuentran dentro del periódico conjuntamente con textos de las noticias forman un mecanismo indisoluble. La utilización de fotografías en un medio de comunicación impreso es relevante, produce un impacto en el lector y realza la calidad de noticia además comunica visualmente el acontecimiento suscitado en el lugar del hecho, entre otros beneficios que aporta tal elemento es el de provocar una emoción y sumergir al lector en la historia. Se manifiesta en un 55 % que estas producen un impacto profundo en la población lectora.

Pregunta 4

¿Reconoce esta marca corporativa? ¿Es un...?		
	Frecuencia	Porcentaje
Libro	84	22.2 %
Social Media	52	13.7 %
Periódico	217	57.3 %
Imprenta	26	6.9 %
Total	379	100 %

Cuadro 8. Marca corporativa

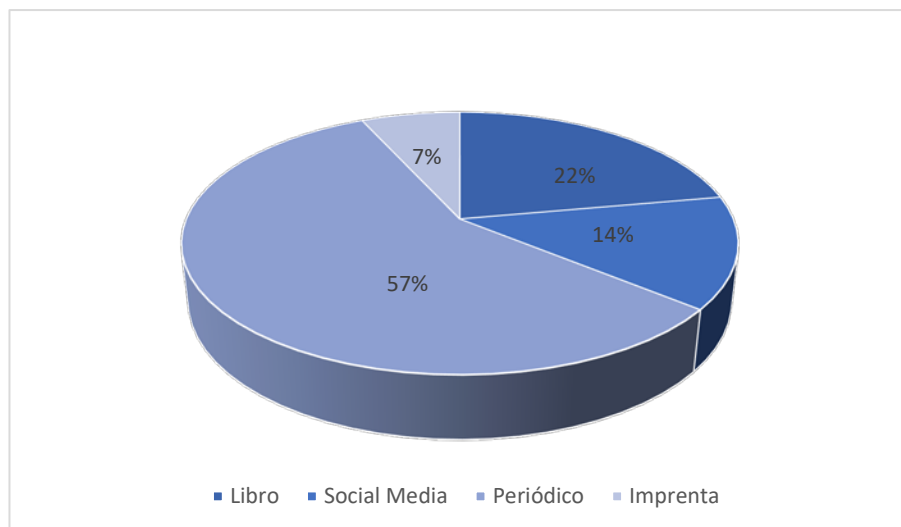


Gráfico 4. Marca corporativa

Vanguardia es un periódico local del Cantón Salcedo distribuido tan solo los días jueves y domingos, llegando a producir 1000 ejemplares para su venta. Su reconocimiento como marca según la recolección de los datos vertidos en las encuestas es del 57 % siendo este un porcentaje considerable, sin embargo tenemos un 43% de habitantes que lo confunden con publicaciones y/o servicios, la razón del problema puede desencadenarse desde el diseño editorial del medio.

Pregunta 5

<i>¿Qué resolución cree usted que tienen las fotografías impresas en “Vanguardia”?</i>		
	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Alta</i>	230	60.7 %
<i>Baja</i>	149	39.3 %
<i>Total</i>	379	100 %

Cuadro 9. Resolución fotográfica “Vanguardia”

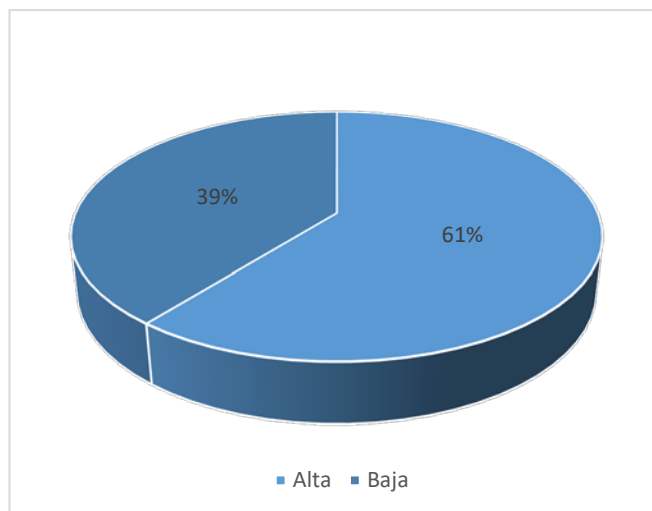


Gráfico 5. Resolución fotográfica “Vanguardia”

La respuesta de la ciudadanía ante la pregunta fue favorable el 61 % de los ciudadanos respondió que la calidad en “Vanguardia” es alta, tan solo el 39 % no se mostró conforme con los elementos presentados.

Pregunta 6

<i>¿Qué resolución de las imágenes le gustaría mirar en “Vanguardia”?</i>		
	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Alta</i>	349	92.08 %
<i>Media</i>	29	7.65 %
<i>Baja</i>	1	0.26 %
<i>Total</i>	379	100 %

Cuadro 10. Resolución de las imágenes que se desea presentar en “Vanguardia”

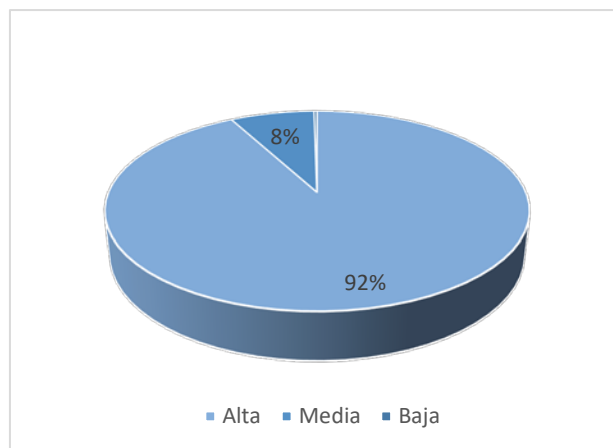


Gráfico 6. Resolución de las imágenes que se desea presentar en “Vanguardia”

Según los datos recolectados el 92% de los ciudadanos desean ver los elementos fotográficos presentados en el periódico en alta resolución, se incluye de esta manera una experiencia visual mayor a la actual.

Pregunta 7

¿El costo de “Vanguardia” está al alcance de su presupuesto? (075 cntvs)		
	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Sí</i>	344	90.77 %
<i>No</i>	35	9.23 %
Total	379	100 %

Cuadro 11. Costo de “Vanguardia”

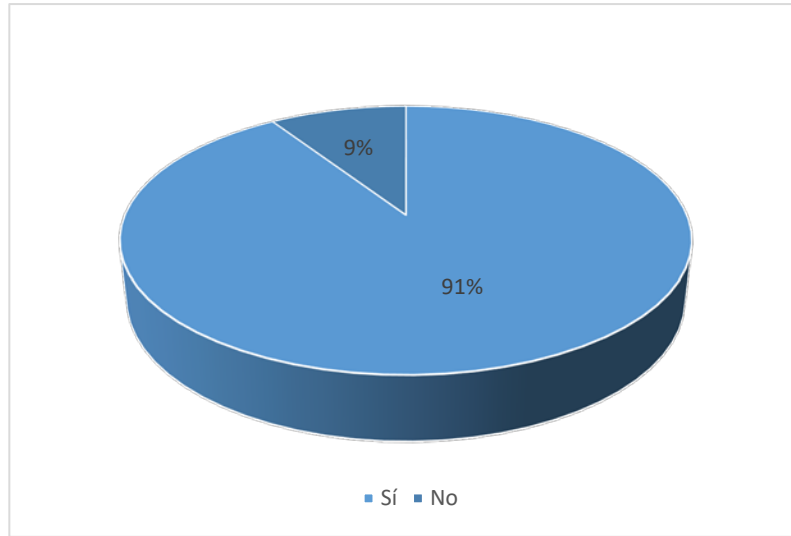


Gráfico 7. Costo de “Vanguardia”

La ciudadanía en un 91 % está de acuerdo con el precio de venta del periódico y tan solo un 9 % se muestra inconforme.

Pregunta 8

<i>¿Lee el periódico de manera digital o impresa?</i>		
	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Digital</i>	117	30.9 %
<i>Impresa</i>	262	69.1 %
Total	379	100 %

Cuadro 12. Lectura de periódico digital o impreso.

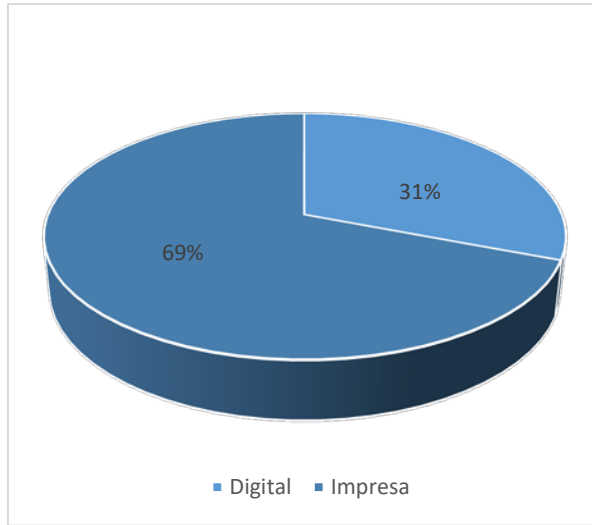


Gráfico 8. Lectura de periódico digital o impreso.

La lectura del periódico habitualmente se lo hacía de forma impresa, un hábito clásico de los ciudadanos según la tabulación el 69 % de las personas opta por la lectura tradicional y un 31 % se ha globalizado.

Pregunta 9

<i>¿La información expuesta en “Vanguardia” le resulta atrayente de leer?</i>		
	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Sí</i>	217	57.3 %
<i>No</i>	162	42.7 %
<i>Total</i>	379	100 %

Cuadro 13. Información expuesta en “Vanguardia”

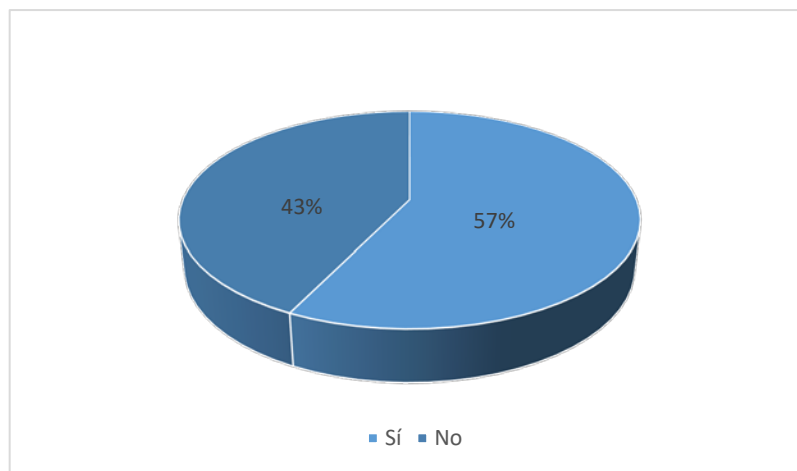


Gráfico 9. Información expuesta en “Vanguardia”

La información en “Vanguardia” y la estructura de sus artículos resultan en unos 57 % poco interesantes de leer. Se deduce que es necesario renovar la presentación de las noticias y armar nuevos contenidos de lectura.

Pregunta 10

<i>¿De las siguientes opciones, como considera la distribución de la información expuesta en “Vanguardia”?</i>		
	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Organizada</i>	144	38 %
<i>Media</i>	153	40.4 %
<i>Desorganizada</i>	82	21.6 %
<i>Total</i>	379	100 %

Cuadro 14. Distribución de la información en “Vanguardia”

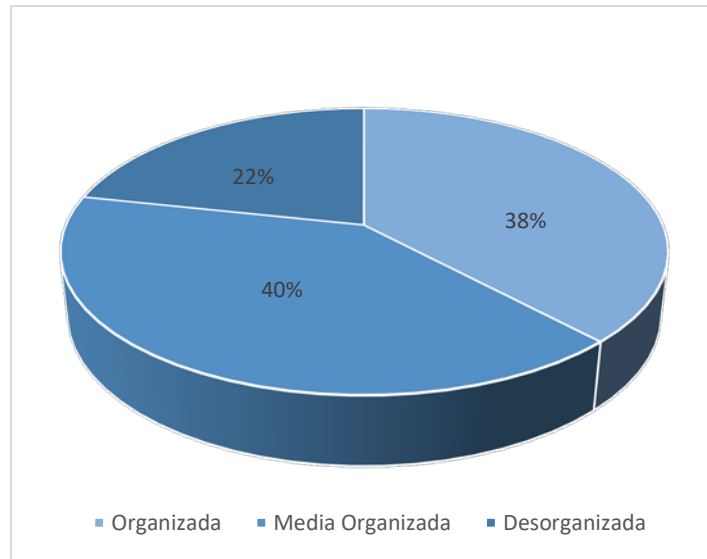


Gráfico 10. Distribución de la información en “Vanguardia”

En cuanto a la organización de los elementos que conforman el periódico los ciudadanos en su mayoría aludieron que posee una organización media 40 %. Sin embargo, existe un 21.6% que se encuentra inconforme con la organización/distribución de los contenidos.

3.8.2. Entrevista



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES CARRERA DE DISEÑO
GRÁFICO PUBLICITARIO

Entrevista para Gerente General y Diseñador Gráfico de Vanguardia.

Objetivo: Obtener información de relevancia sobre la Diagramación de Vanguardia y otros aspectos relevantes.

GERENTE GENERAL VANGUARDIA SOLEDAD VELASTEGUÍ

1. ¿Bajo qué características coloca la información de impacto noticioso?
2. ¿La portada del periódico posee noticias top?
3. ¿Cuáles son los Parámetros, características?
4. Correspondiente al share of voice ¿Qué considera usted que podría mejorar la marca para posicionarse en el mercado?
5. ¿Los columnistas de su periódico se aseguran que la información sea fidedigna o recurren al amarillismo?
6. ¿Qué estrategia han implementado para estar a la par con la era globalizada?
7. En cuanto al tiraje del periódico, ¿Cuáles son los costos de producción? (Tinta, papel)
8. ¿Por qué la elección del color rojo y azul en la constitución del periódico?
9. ¿Por qué la elección del tamaño del periódico?
10. ¿Vanguardia posee código de ética, código deontológico, línea editorial?

DISEÑADOR GRÁFICO MIGUEL ARCOS

1. ¿La distribución del periódico está en función de los contenidos recolectados por el editor?
¿Qué base reticular se está utilizando actualmente en la diagramación del periódico?
2. ¿Existe algún estudio de mercado para determinar las secciones del periódico? (Estudio de mercado para medir preferencias)
3. ¿Cuál es el formato de papel actualmente utilizado? (Gramaje)
4. ¿Cuál es el tipo de papel utilizado por el medio?
5. ¿El formato de papel usado para el periódico, fue adecuado de acuerdo a la información obtenida o algún estudio previo?
6. ¿Qué características cumple el periódico?

7. ¿Sección entretenimiento, consta de ilustraciones elaboradas rigurosamente por el diseñador refiriéndose a sátira social, política o deportiva? (Limitaciones según Ley de comunicación)
8. ¿Dentro de la estructura del periódico se muestra infografías útiles y de interés del ciudadano?
9. ¿Bajo qué conceptos considera que es de interés del ciudadano?
10. ¿El diseño modular de las páginas del periódico está enfocada en una tendencia actual?
11. ¿Qué tipología maneja el periódico?
12. ¿Posee manual de estilo para la constitución del periódico?

Análisis de resultado

GERENTE GENERAL VANGUARDIA SOLEDAD VELASTEGUÍ

PREGUNTA 1. ¿Bajo qué características coloca la información de impacto noticioso?

Cada una de las noticias y columnas mostradas en “Vanguardia” tiene una jerarquización, es decir a nuestra consideración priorizamos información por el impacto que esta pueda tener en el lector.

PREGUNTA 2. ¿La portada del periódico posee noticias top?

En general depende de la información recolectada por el periodista, si se suscitó algún accidente, desastre, designación, entre otros tratamos de resaltar las más relevantes.

PREGUNTA 3. ¿Cuáles son los Parámetros, características?

Netamente “Vanguardia” será manejado con noticias locales y de provincia en el caso de ser realmente importante.

PREGUNTA 4. Correspondiente al share of voice ¿Qué considera usted que podría mejorar la marca para posicionarse en el mercado?

Primeramente “Vanguardia” se originó independientemente por lo que todo el reconocimiento que ha logrado ha sido a través de convenios con instituciones y “el boca a boca”, es necesario realizar un estudio de mercado.

PREGUNTA 5. ¿Los columnistas de su periódico se aseguran que la información sea fidedigna o recurren al amarillismo?

Se rigen en las leyes de comunicación vigente es absolutamente necesario que las conozcan a fondo.

PREGUNTA 6. ¿Qué estrategia han implementado para estar a la par con la era globalizada?

Quizá una de nuestras estrategias es el manejo de color en el periódico, los nuevos procesos de producción.

PREGUNTA 7. En cuanto al tiraje del periódico, ¿Cuáles son los costos de producción? (Tinta, papel)

Reducimos nuestra producción a 400 ejemplares, sin embargo decidimos retomar los 1000, con exactitud los costos varían entre 300 y 400 dólares.

PREGUNTA 8. ¿Por qué la elección del color rojo y azul en la constitución del periódico?

Primeramente por un rasgo identificativo de nuestra provincia Cotopaxi, por otra parte hemos querido llamar la atención de nuestro lector y son colores que logran hacerlo.

PREGUNTA 9. ¿Por qué la elección del tamaño del periódico?

Es un formato tabloide este permite ahorrar en costos de producción, es decir no se desperdicia material al momento de la impresión.

PREGUNTA 1. ¿Vanguardia posee código de ética, código deontológico, línea editorial?

No posee ninguno de esos aspectos.

DISEÑADOR GRÁFICO MIGUEL ARCOS

PREGUNTA 1. ¿La distribución del periódico está en función de los contenidos recolectados por el editor? ¿Qué base reticular se está utilizando actualmente en la diagramación del periódico?

Efectivamente se hace en función a la cantidad de noticias e información recolectada tiene una base reticular de seis columnas.

PREGUNTA 2. ¿Existe algún estudio de mercado para determinar las secciones del periódico? (Estudio de mercado para medir preferencias)

Por el momento no se ha realizado estudio de mercado.

PREGUNTA 3. ¿Cuál es el formato de papel actualmente utilizado? (Gramaje)

Formato tabloide/ papel periódico 48 gr.

PREGUNTA 4. ¿El formato de papel usado para el periódico, fue adecuado de acuerdo a la información obtenida o algún estudio previo?

No hubo estudio previo, sin embargo, reduce muchos costos de producción, por otro lado las columnas a veces no suelen ser lo suficientemente largas o llegan a ser muy extensas dificultando la diagramación.

PREGUNTA 5. ¿Qué características cumple el periódico?

Es un periódico que transmite hechos noticiosos locales y resulta interesante para la colectividad.

PREGUNTA 6. ¿Sección entretenimiento, consta de ilustraciones elaboradas rigurosamente por el diseñador refiriéndose a sátira social, política o deportiva? (Limitaciones según Ley de comunicación)

Nuestra parte de entretenimiento no tiene elaboración previa, nos basamos en bases de internet para rellenar este campo.

PREGUNTA 7. ¿Dentro de la estructura del periódico se muestra infografías útiles y de interés del ciudadano?

No se muestra este tipo de apartados.

PREGUNTA 8. ¿El diseño modular de las páginas del periódico está enfocada en una tendencia actual?

Se sigue la regla del tabloide entre cinco y seis columnas.

PREGUNTA 9. ¿Qué tipología maneja el periódico?

Es un periódico netamente informativo

PREGUNTA 10. ¿Posee manual de estilo para la constitución del periódico?

No disponemos de un manual.

Es importante mencionar la base resultante de las entrevistas, se analiza los distintos problemas que acechan al medio de comunicación, partiendo desde punto principal la inexistencia del objeto reglamentario “Manual de estilos y ética periodística”, siendo esta la fuente principal para iniciar la creación de este medio periodístico y para la educación de los colaboradores, harán posible el surgimiento de tan importante elemento. Notoriamente la gravedad del problema se ha venido dando desde la parte administrativa del medio de comunicación, ya que exigüamente se ven las raíces del tema de estudio y la aplicación del diseño editorial.

CAPÍTULO IV

4. DISEÑO

4.1. Memoria descriptiva y justificativa

4.1.1. Proyecto

El Diseño Editorial es sin duda productor, precursor de objetos con gran significado cultural que han dejado huella simbólica a través de la creatividad de artistas implicados en la formación de contenido, esta rama del diseño gráfico se concentra en promocionar, difundir conocimiento a distintas industrias. La historia y valor que implica la introducción del diseño editorial se ha venido dando desde que las masas se concentraron en grandes flujos de información, de esta manera apareciendo los medios de comunicación. Se debe enfatizar que tales elementos fueron en principio escritos, publicaciones como el periódico resulta ser hoy uno de los principales medios que comunica a los lectores sucesos cotidianos, sean locales o mundiales, este es un modelo de periodismo y comunicación activo con el público, sin embargo, se cree que su competidor digital ha detenido el mercadeo y la producción de este medio tradicional.

Se puede deducir varios problemas que amenazan con la desaparición de los periódicos, sin embargo es labor del diseñador editorial optar por un proceso de recuperación, no queda más que evolucionar a la par con la actual sociedad globalizada sin perder la tradicionalidad del medio. Partiendo de este hecho artístico que implica la creación de un elemento editorial, es necesario contemplar y dar solución de manera urgente a los problemas que amenazan con la desaparición de “Vanguardia”, siendo éste una joya cultural local del Cantón Salcedo que se determina por una orientación ideológica de la manifestación de libre expresión, con 20 años de servicio hacia la ciudadanía, no ha mostrado compromisos con entidades, lineamiento político, social, religioso o militar, llegando a poner en alto su slogan “Periódico independiente fundado el 1 de mayo de 1997”. Ha sufrido altos y bajos en su producción y mercadeo según el problema planteado y el plan de recolección de información. Este medio se encuentra

en un erróneo uso de elementos los cuales no se relacionan activamente con el entorno del lector, sus artículos en columnas poseen contenidos mecanizados e incluso sus elementos fotográficos no muestran un trabajo elaborado. Por lo cual, la creación de este proyecto generará una solución activa al actual problema, forjando una estrategia valiosa que permita posicionar el periódico “Vanguardia” en la comunidad del Cantón Salcedo.

4.1.2. Referencias

Vega (2006), en su trabajo *“Revitalización de la imagen del diario latacungueño La Gaceta”* manifiesta los problemas en la estructura básica de diseño del periódico, el espacio de diagramación y el exiguo orden de los elementos informativos que contiene, con el fin de solucionar este problema plantea un extenso estudio que aborda el tema, donde propone la rehabilitación de la imagen del medio de comunicación plasmando una estructura que conserve la ideología de “La Gaceta”.

Tacuri y Muñoz (2010), su investigación *“Proyecto de elaboración de un periódico semanario para Chordeleg”* manifiesta: de todas las formas de información la prensa escrita es sin duda una de los principales medios de comunicación de masas, en esta se ha plasmado acontecimientos noticiosos que han hecho historia, en nuestra actual sociedad los conceptos periodísticos, editoriales, géneros se desarrollan primordialmente de forma atractiva y novedosa dotado de medios gráficos, principios de diseño editorial.

4.1.3. Descripción del proyecto

Una de las etapas del proceso gráfico será definir su conceptualización y el diseño de identidad editorial del periódico local la misma que se materializará en el producto final, la presente investigación aborda un amplio estudio sobre el correcto manejo de línea editorial en este medio de comunicación a su vez propone la rehabilitación de la imagen del periódico Salcedese “Vanguardia”. Partimos desde la creación de un “Manual de Estilo y Ética Periodística” el cual llega a ser de mucha

relevancia para manejar el contenido que se presentará hacia el lector, este contiene pautas básicas subdivididas en seis títulos:

Título 1.- Ejercicio del periodismo, básicamente se encuentra apoyado en la Ley Orgánica de comunicación del estado Ecuatoriano en esta sección se recomienda reglas éticas que deberá seguir el periodista al ejercer su profesión, estas pautas fueron tomadas de principios básicos que rigen el periodismo a nivel mundial y que frecuentan en el país. Se menciona un esquema que refiere a la principal labor del periodista el cual es informar claramente acerca de un acontecimiento llevando siempre los principios, ética y responsabilidad ante el receptor. Todo periodista debe pensar primero en su lector en el momento de producir un contenido periodístico, y contribuir a que forme su propio criterio sobre los hechos.

Título 2.- Elementos de Estilo, hace referencia a los contenidos informativos y elementos que serán utilizados dentro de la composición y expuestos al lector Salcedense se encuentran dotados de lineamientos periodísticos para su correcto empleo, hablamos entonces de titulares como principal cabeza de información, entradilla como un breve resumen de la noticia, cuerpo de noticia, pie de fotografía, fotografía, créditos y sumario.

Título 3.- Género periodístico, El propósito al redactar cualquier noticia es comunicar hechos a un público heterogéneo llegando a combinar datos informativos con las ideas más claras del acontecimiento, el fin de la creación de esta sección es distribuir la clasificación del género que contendrá “Vanguardia”; noticia, reportaje, entrevista, crónica breve, material editorial, perfil y artículo de opinión.

Título 4.- Elementos tipográficos, se fijan con independencia de las reglas previstas en el presente Manual de Estilos para los casos concretos, las cuales figuran en sus correspondientes apartados hay una serie de normas tipográficas, de común aplicación donde se explica la condición correcta para su uso entre estas constan, mayúsculas, minúsculas, cursivas, siglas y acrónimos.

Título 5 - 6.- Formato del periódico y Anexos, finalmente para la constitución del producto físico se implementó una serie de normas en cuanto a los elementos de la página, tamaño, cromática, retícula, rejilla tipográfica, filetes y tipografía, conceptos técnicos que vienen apoyados de estudios previos realizados, el enfoque se lo realizó basado en las obras que hablan del tema de estudio, estas fuentes recopilan información, aclaran y expanden el contenido. Jorge de Buen Unna “Manual de Diseño Editorial”, Yolanda Zappaterra “Diseño editorial, periódicos y revistas”, Timothy Samara “Diseñar con o sin retícula” han demostrado mediante sus publicaciones el auténtico proceso para la creación de documentos editoriales. Los apuntes técnicos del proceso; **Sistema de Impresión:** OFFSET, **Papel:** Periódico blanco 48 gr, **Resmas:** 500 plg mm, **Formato:** Tabloide Anglicismo 279 mm x 432 mm, **Plataforma:** Windows, **Programas:** Ilustrador, Photoshop, Indesing, **Resolución fotos:** 200 dpis, con extensión .eps en CMYK y en el texto, hecho *out/ine* o curvas, **Fonts:** Calendas Plus Regular, Bold, Italic.

Por otra parte la cabecera es el elemento que permite al periódico adoptar una imagen editorial propia y diferencial frente a sus competidores debido a su valor, es entonces fundamental el rediseño de la cabecera y cintillo para lograr los objetivos de la presente investigación, se propone un conjunto de elementos que destacarán el valor principal de “Vanguardia” tomando como punto significativo el majestuoso ímpetu del Volcán Cotopaxi cuyo valor y riqueza ancestral convierte a la provincia de Cotopaxi en un armonioso signo de identidad para ser utilizado en este medio de comunicación.

4.2. Memoria técnica

Nombre del Proyecto: Maquetación del periódico “Vanguardia” y su influencia en la transferencia de información al público del cantón Salcedo.

Autor: Daniela Mercedes Franco Ortega

Fecha: Septiembre 2016 – Agosto 2017

Propuesta del trabajo: Diseño de un Manual de Estilo y Ética Periodística, Rediseño de la cabecera y cintillo, Propuesta gráfica del Periódico Dominical “Vanguardia”

TARGET: Multi-target (público de 35 años hasta 75 años) de clase media en sus dos segmentos bajo y alto, sexo femenino y masculino. Basado en el plan de recolección de datos realizado previo a la obtención de información además de observaciones y datos recopilados por “Vanguardia”

4.2.1. Memoria de materiales

<i>Recursos</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
<u>Materiales de Impresión</u>			
Offset Solna 164	1	\$ 140,000	\$ 140,000
Papel Periódico 55,8 cm x 43.18 cm de 48 gr.	5 resmas	\$ 25,00	\$ 125,00
Sun Chemiscal Tint	2,5 Kg	\$ 30,00	\$ 30,00
<u>Costos de sostenimiento</u>			
Coordinador Jefe de Redacción o Columnista	1	\$ 374,00	\$ 374,00
Periodista	1	\$ 374,00	\$ 374,00
Fotógrafo	1	\$ 374,00	\$ 374,00
Diseñador Gráfico	1	\$ 374,00	\$ 374,00
Adobe Creative Cloud 2017	1	\$ 49,99 mensual	\$ 49, 99

Cuadro 15. Costos mensuales “Vanguardia” para su sostenimiento

4.2.2. Características técnicas

El presente proyecto de investigación abarcará el análisis de la influencia y transferencia de información a través del medio de comunicación “Vanguardia”, partiremos desde la creación de un Manual de Estilo y Ética Periodística, posteriormente el rediseño de la cabecera y cintillo, finalizando con la aplicación del Diseño Editorial en la maquetación y diagramación del periódico dominical.

<i>Apuntes técnicos del Proceso</i>	
Sistema de Impresión	OFFSET SOLNA 164
Papel	Periódico blanco 48 gr
Formato	Tabloide Anglicismo 279 mm x 432 mm
Plataforma	Windows
Programas	Ilustrador, Photoshop, Indesing
Resolución fotos	200 dpis, con extensión .eps en CMYK y en el texto, hecho <i>out/ine</i> o curvas
Fonts	Calendas Plus Regular, Bold, Italic

Cuadro 16. Apuntes técnicos del proceso de creación.

4.3. Diseño del producto prototipo

MÁRGENES, RETÍCULA Y REJILLA TIPOGRÁFICA

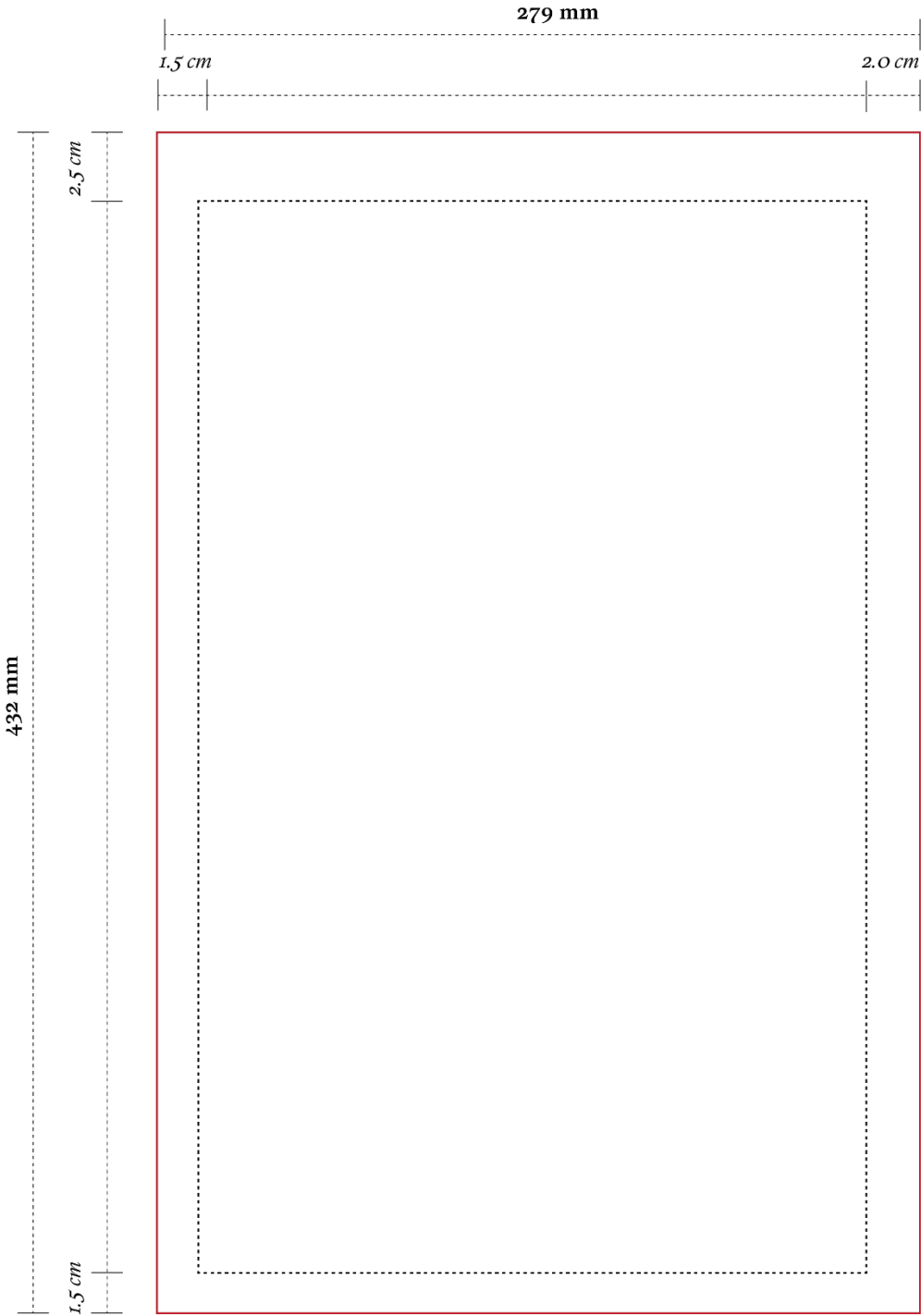


Figura 18. Franco, D. (2017). Margen página Izquierda Tabloide

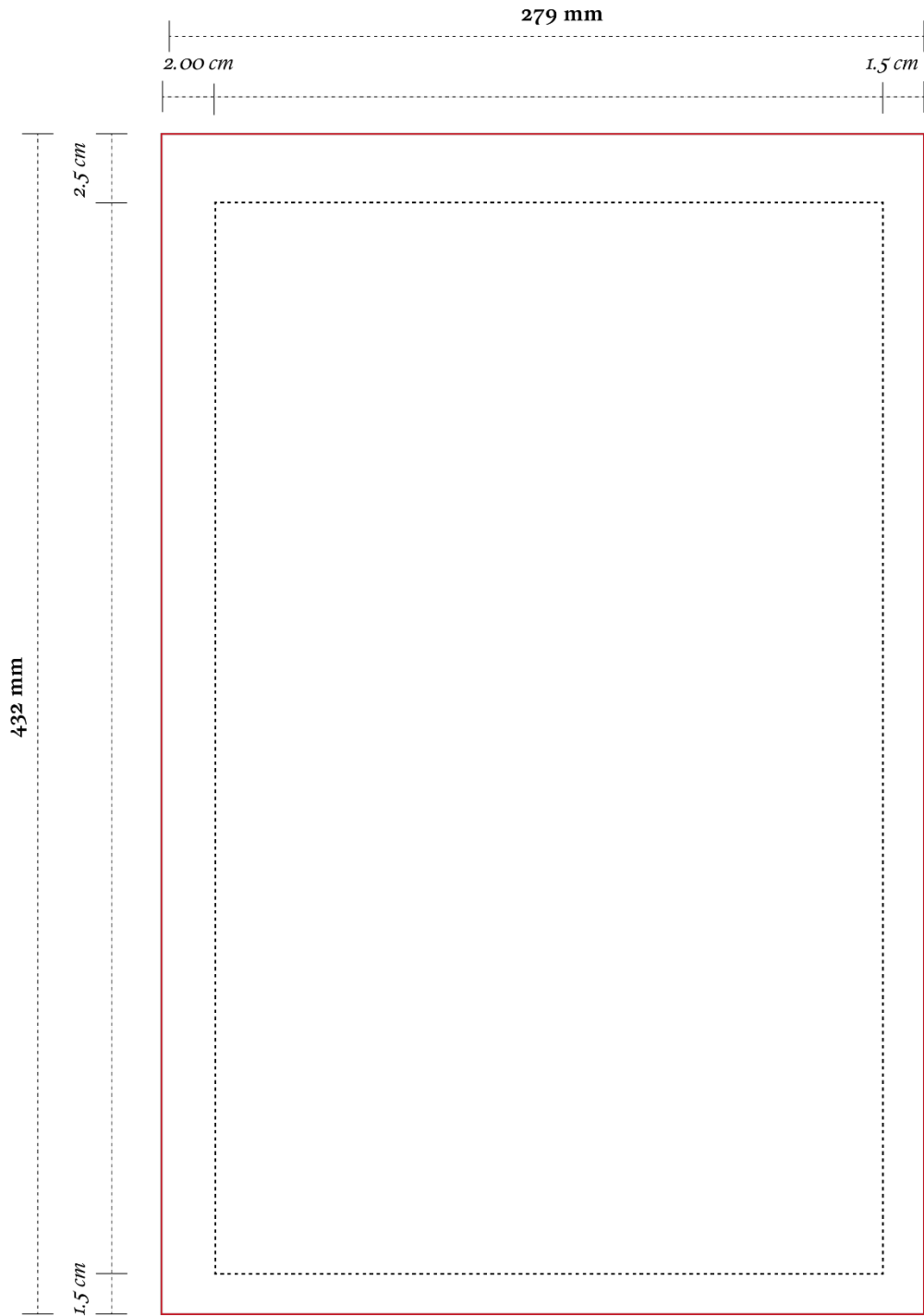


Figura 19. Franco, D. (2017). Margen página Derecha Tabloide

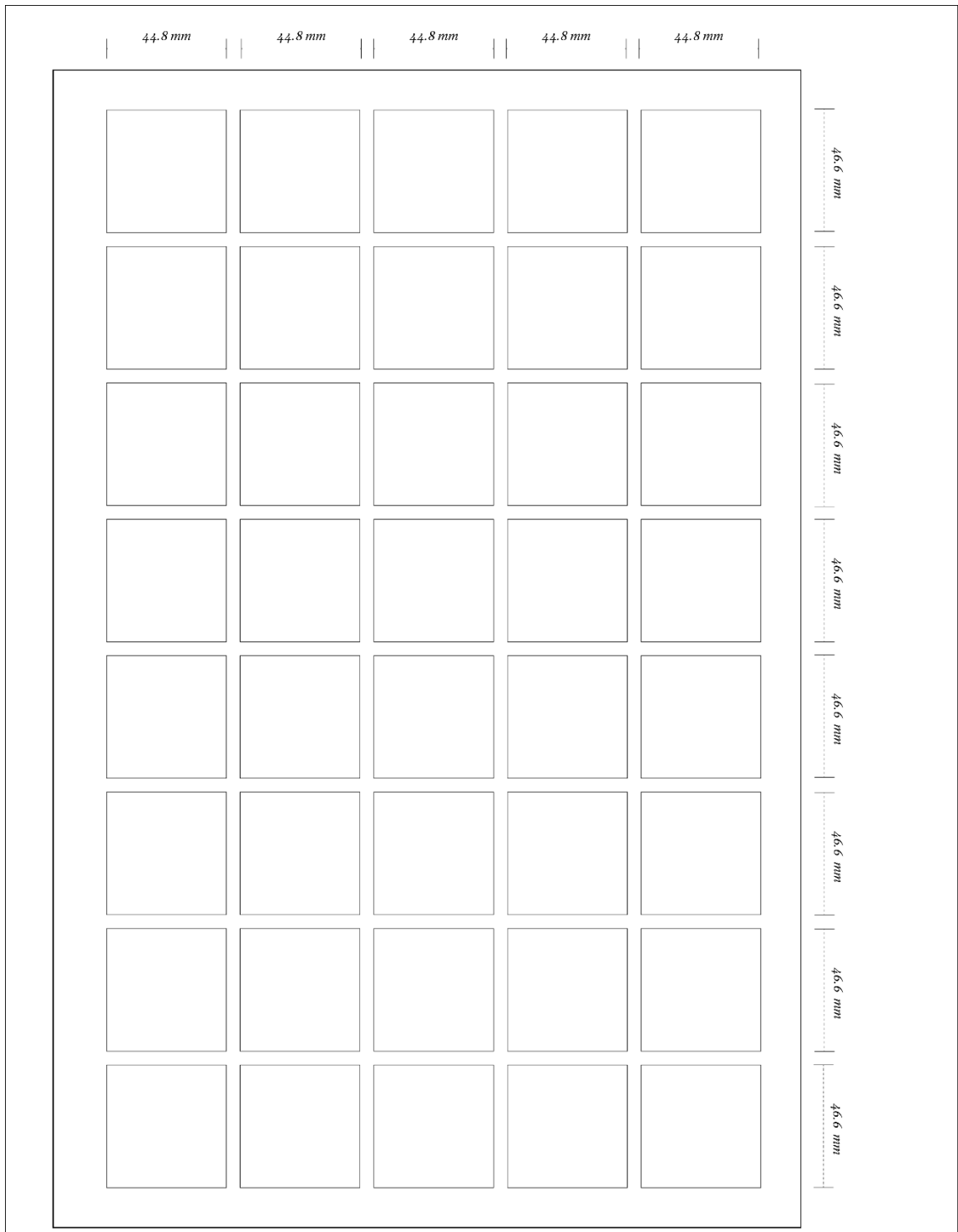


Figura 20. Franco, D. (2017). Retícula Modular



Figura 21. Franco, D. (2017). Rejilla Tipográfica

REVITALIZACIÓN.- Una vez concluido el plan de recolección de datos, enfocado en la creación de la cabecera y cintillo partes principales de un periódico se dedujo con el estudio preliminar que el formato Tabloide 279 mm x 432 mm era ideal para este medio de comunicación atendiendo de esta manera a la necesidad y tomando en cuenta la evidente cantidad de contenido y elementos distributivos de este periódico informativo – interpretativo, por otra parte este se caracteriza por la sobriedad en el uso de contenido tipográfico teniendo como fuente la familia Calendas Plus en sus estados Regular, Italic y Bold, además la jerarquización de cada uno de los elementos agregándole de esta manera valor informativo (incluyendo el empleo de cuerpos de texto, titulares, entradillas, capitular, pie de fotos).

Figura 22. Franco, D. (2017). Rediseño Cabecera “Vanguardia”

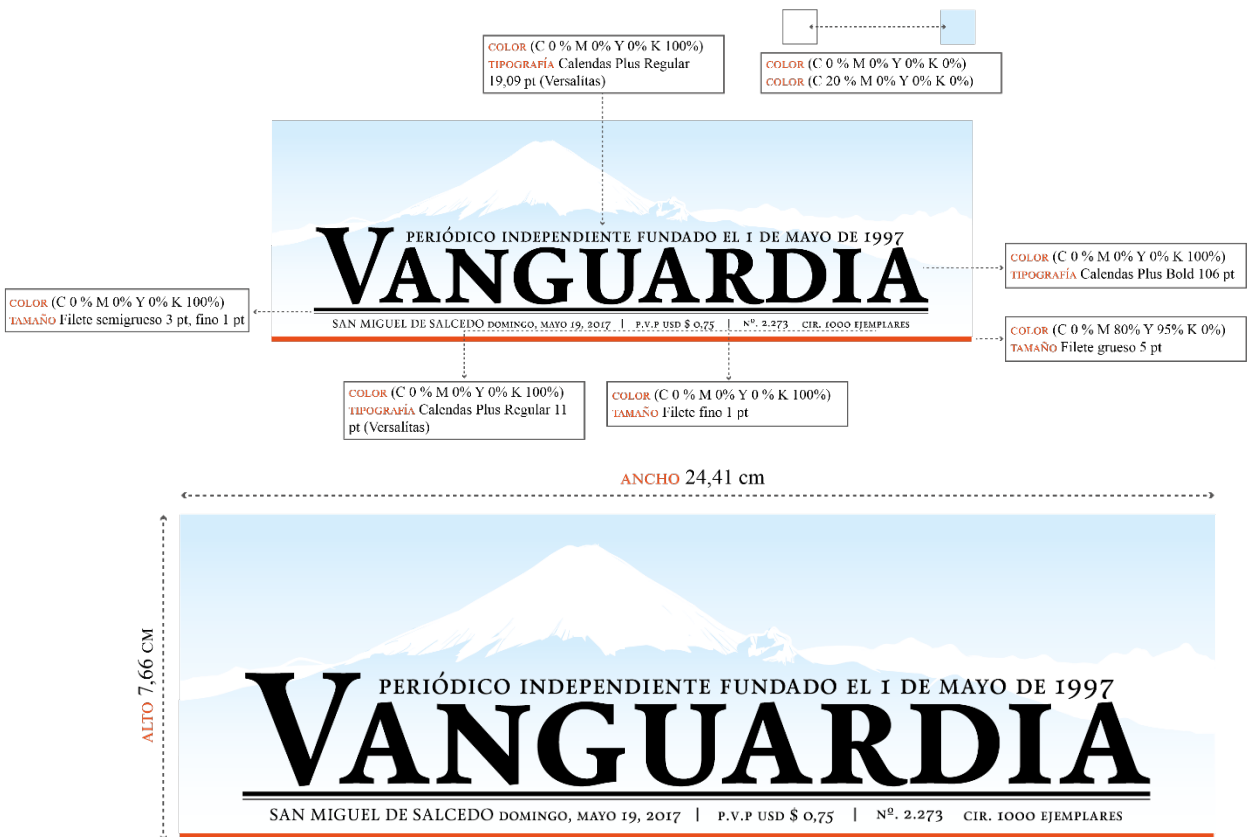
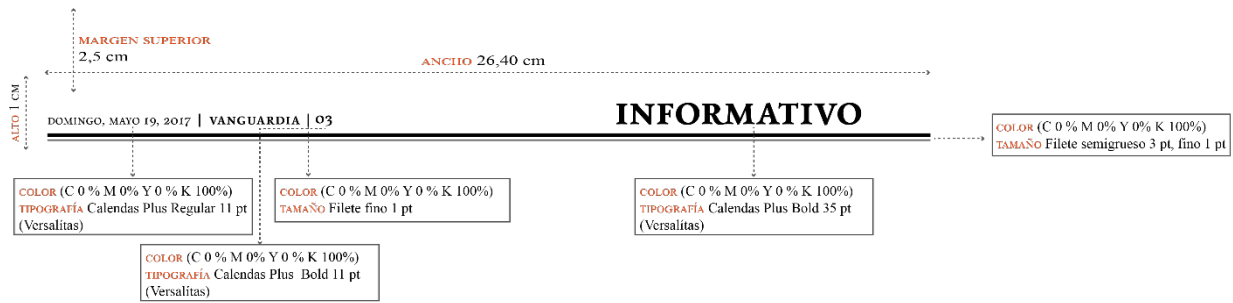


Figura 23. Franco, D. (2017). Rediseño Cintillo “Vanguardia”



Justificación gráfica.- Cabecera. Como principal elemento un icónico volcán “El Cotopaxi” siendo este un majestuoso símbolo de la Provincia cuyo valor y riqueza cultural se armoniza en un signo de identidad se encuentra estructurado por una ilustración vectorial con los siguientes valores de color: Cian (C 20 % M 0% Y 0% K 0%) y Blanco (C 0 % M 0% Y 0% K 0%). Para la constitución de esta se ha tomado en cuenta los centímetros de pinza (2,5 cm margen superior) que necesita el proceso de impresión la cual no solo apoya al objetivo de conservar los márgenes suscriptos sino que también permite un espacio en blanco el cual ayuda a la fidelización de la imagen en la mente del lector y a la vez permite un pausado descanso visual.

Tipografía.- Calendas Plus en su estado Regular, Italic y Bold es una perfecta familia tipográfica dotada de Serifas sus rasgos característicos permiten el descanso visual del lector, apoya netamente a los principios de legibilidad y lecturabilidad en el medio.

Colores.- La paleta complementaria cumple con el objetivo de atraer al lector sin entorpecer la visión, convirtiéndose en un armónico punto focal, en una herramienta dotada de lenguaje propio sometida a normas y principios cuyo conocimiento es necesario para comunicar de modo más eficaz, se presenta a este elemento con un duo de colores Cian (C 100 % M 0% Y 0% K 0%) y Anaranjado (C 0 % M 80% Y 95% K 0%) los cuales tienen la capacidad para atraer y mantener la atención de los receptores, desde el momento que se decidió el empleo de esta paleta complementaria se dedujo que genera un efecto recesivo sin demasiada carga visual por lo tanto mantiene el foco de atención (ojo) en el medio, además de ser un buen elemento

positivo para nuestro tarjet y objeto de estudio, una vez terminado el proceso de construcción tendremos un prototipo físico del periódico “Vanguardia”.

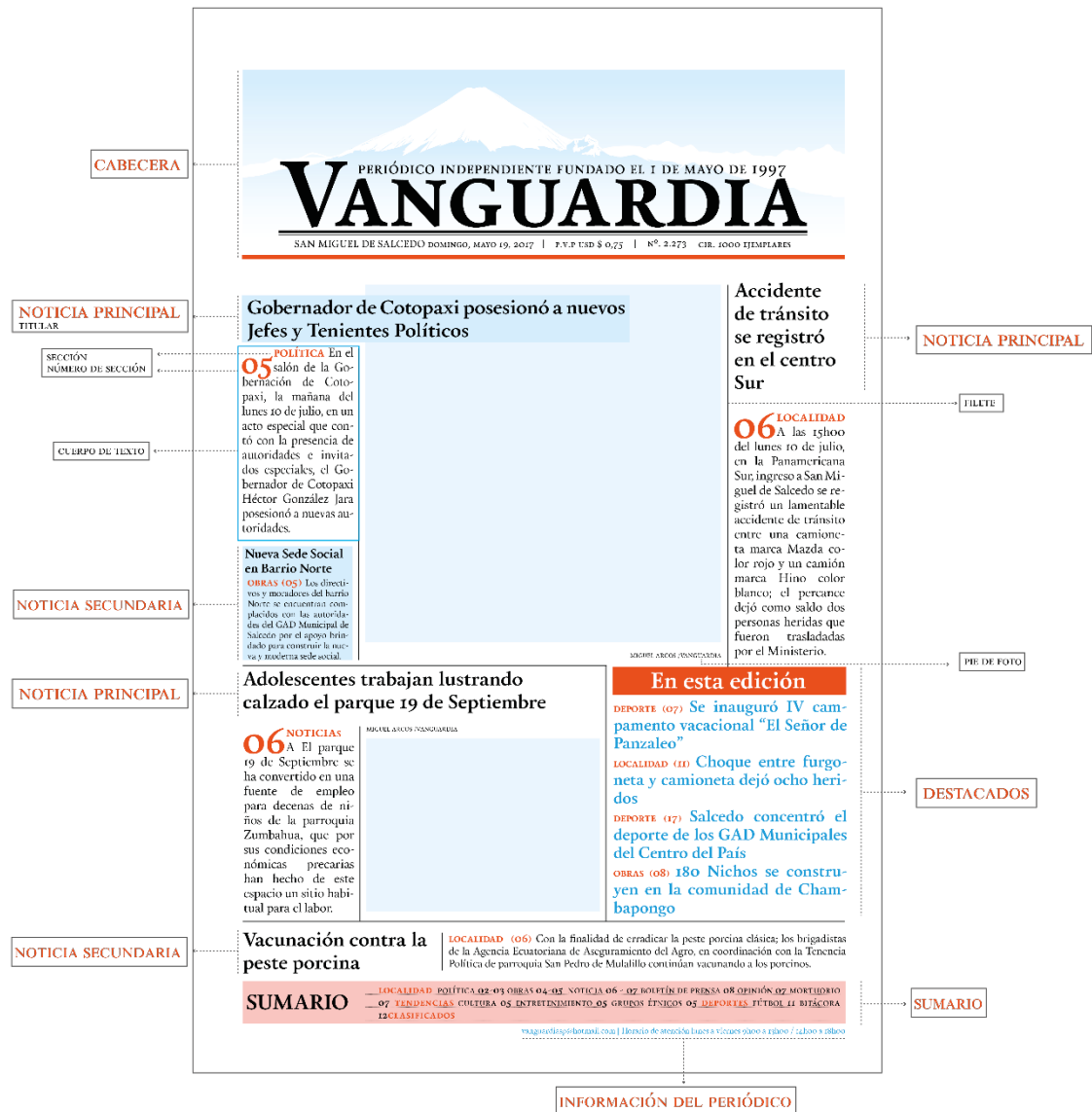


Figura 24. Franco, D. (2017). Elementos de la Portada “Vanguardia”

Tipografía.- La constitución interna de un periódico requiere de lineamientos establecidos en la práctica del Diseño Editorial periodístico, investigando a profundidad se ha reglamentado:

PORTADA

Noticia Principal.- Consta de tres noticias importantes. *Titular* Calendas Plus Bold 22 pt, interlineado 26.4 pt, entre 10 a 12 palabras.

Sección.- Calendas Plus Bold/ Versalitas 16 pt, interlineado 19,2 pt, Anaranjado (C 0 % M 80% Y 95% K 0%).

Número de sección.- Calendas Plus Bold/ Versalitas 13 pt, interlineado 15,6 pt, Anaranjado (C 0 % M 80% Y 95% K 0%), capitular línea 2, capitular sílaba 2.

Cuerpo de Texto.- Calendas Plus Regular 14 pt, interlineado 16,8 pt.

Noticia Secundaria.- Consta de una noticia secundaria. *Titular* Calendas Plus Bold 22 pt, interlineado 26,4 pt, entre 10 a 12 palabras.

Sección.- Calendas Plus Bold/ Versalitas 13 pt, interlineado 15,6 pt, Anaranjado (C 0 % M 80% Y 95% K 0%).

Cuerpo de Texto.- Calendas Plus Regular 12 pt, interlineado 14,4 pt.

Noticia Complementaria.- Consta de una noticia complementaria enmarcada en un recuadro cian 20 % este ocupa un módulo. *Titular* Calendas Plus Bold 14 pt, interlineado 16,8 pt, entre 10 a 12 palabras.

Sección.- Calendas Plus Bold/ Versalitas 13 pt, interlineado 15,6 pt, Anaranjado (C 0 % M 80% Y 95% K 0%).

Cuerpo de Texto.- Calendas Plus Regular 10 pt, interlineado 12 pt.

Destacados.- Título. Enmarcada en un recuadro anaranjado (C 0 % M 80% Y 95% K 0%), este ocupa el ancho de dos columnas y su altura 1 cm. Calendas Plus Bold 26 pt, interlineado 312 pt, blanco (C 0 % M 0% Y 0 % K 0%).

Titulares.- Consta de cuatro enunciados, Calendas Plus Bold 18 pt, interlineado 21 pt, Cian (C 100 % M 0% Y 0% K 0%).

Sección.- Calendas Plus Bold/ Versalitas 13 pt, interlineado 21 pt, Anaranjado (C 0 % M 80% Y 95% K 0%).

Sumario.- Enmarcada en un recuadro anaranjado (C 0 % M 30% Y 20% K 0%), este ocupa el ancho de cinco columnas y su altura 1,7 cm. *Título* Calendas Plus Bold 24 pt, interlineado 28.8 pt.

Sección.- Calendas Plus Bold/ Versalitas 12 pt, interlineado 14,4 pt, Anaranjado (C 0 % M 80% Y 95% K 0%).

Clasificación de la Sección.- Calendas Plus Regular/ Versalitas 11 pt, interlineado 13,2 pt. *Número* Calendas Plus Bold/ Versalitas 11 pt, interlineado 13,2 pt

Fotografía.- *Noticia principal.* Ancho 14,4 cm x Alto 14,5 cm, *Noticia secundaria* Ancho 9,46 cm x Alto 7 cm.

Pie de foto.- Calendas Plus Regular/ Versalitas 9 pt, interlineado 10,8 pt.

Información del Periódico.- Calendas Plus Regular 9 pt, interlineado 10,8 pt. Cian (C 100 % M 0% Y 0% K 0%).

Filete.- Fino 1 pt.



Figura 25. Franco, D. (2017). Elementos de la Página Interna "Vanguardia"

PÁGINA INTERNA

Sección.- Calendas Plus Bold/ Versalitas 117 pt, interlineado 140,4 pt, Gris (C 0 % M 0% Y 0% K 40%).

Noticia.- Calendas Plus Bold/ Mayúsculas 16 pt, interlineado 19,2 pt, enmarcada en un recuadro gris (C 0 % M 0% Y 0% K 40%), este ocupa el ancho una columna y su altura 0,8 cm.

Entradilla.- Calendas Plus Bold 12 pt, interlineado 14,4 pt, entre 30 a 45 palabras.

Titular.- Calendas Plus Bold 24 pt, interlineado 28,8 pt, entre 10 a 12 palabras.

Capitular.- Calendas Plus Regular 12 pt, interlineado 14 pt, número de líneas 3, número de sílabas 1.

Cuerpo de texto.- Calendas Plus Regular 12 pt, interlineado 14,4 pt.

Autor.- Artículo. Calendas Plus Italic Subrayado/ Versalitas 11 pt, interlineado 13,2 pt. *Fotografía.* Calendas Plus Regular/ Versalitas 9 pt, interlineado 10,8 pt.

Fotografía.- 14,4 x 9,7 cm, 9,46 x 10 cm, 24,4 x 8,3 cm

Pie de foto.- Calendas Plus Italic 9 pt, interlineado 10,8 pt

4.4. Validación de la Hipótesis

La razón central de la hipótesis del presente proyecto sobre cae en la maquetación del periódico dominical “Vanguardia” y su influencia en la transferencia de información.

El 1 de mayo de 1997 sale a flote mil ejemplares de este medio de comunicación, tan solo cincuenta de ellos no lograron ser consumidos, los números hablan positivamente del surgimiento del medio pues los ciudadanos respondían eficazmente al diseño e información que se mostraba en el diario. Por un periodo de tiempo “Vanguardia” estuvo en auge, sin embargo, actualmente los problemas se agudizan en espiral para tan importante joya cultural del terruño, la naturaleza del problema según el presente estudio es el exiguo orden de procesos en el diseño editorial, contenido mecanizado, entre otros.

Para la validación de la hipótesis se realizó un estudio que constó de una pregunta simple. A continuación el documento:

4.4.1. Encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES CARRERA DE DISEÑO
GRÁFICO PUBLICITARIO

Encuesta para los habitantes del Cantón San Miguel de Salcedo Provincia de Cotopaxi.

Objetivo: Obtener información de relevancia sobre la preferencia de Diseño Editorial del periódico “Vanguardia”

MARQUE CON UNA X EN LA CASILLA.

1.- Diagramación, se basa en el diseño de cada una de las páginas internas de un periódico; es decir correcto uso de tipografía, artículos en columnas, márgenes. Entendido la definición de dicha palabra;

¿Considera usted que la diagramación del periódico “Vanguardia” influyó en la decisión de compra?

Si

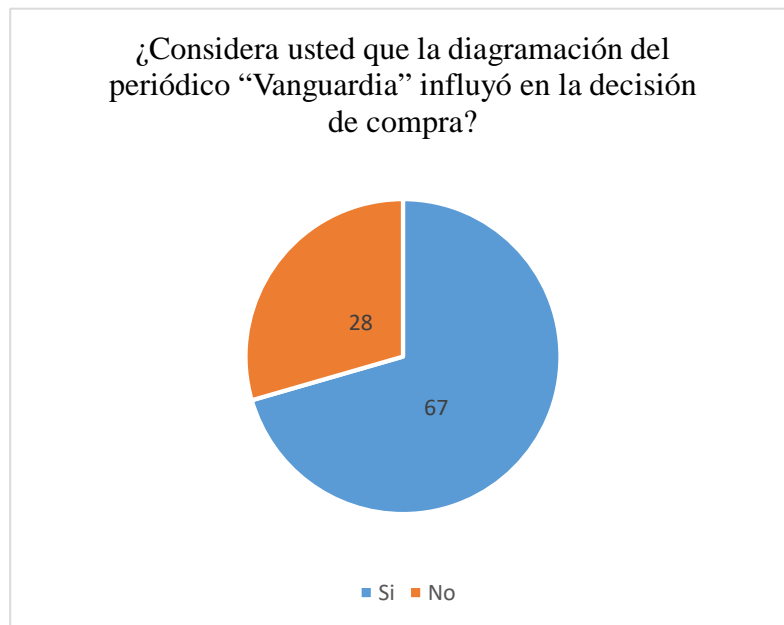
No

¿Por qué?.....

Este medio consta de 10 puntos de venta a nivel cantonal en los cuales se entregan 100 ejemplares del tiraje semanal, los principales puntos de venta en su cabecera cantonal son:

- 1.- Parque 19 de Septiembre (Parque Central de Salcedo).
- 2.- Mercado Central de Salcedo.
- 3.- Hostería Rumipamba de las Rosas.
- 4.- Centro Recreacional, Piscina Municipal.
- 5.- Terminal Terrestre de Salcedo.

Se determinó la siguiente información: El estudio inició 7:00 am con una hora de análisis en cada punto de venta, rotando de punto en punto.



Cuadro 17. Parque 19 de Septiembre (Parque Central de Salcedo). 95 Personas



Cuadro 18. Mercado Central de Salcedo. 91 Personas



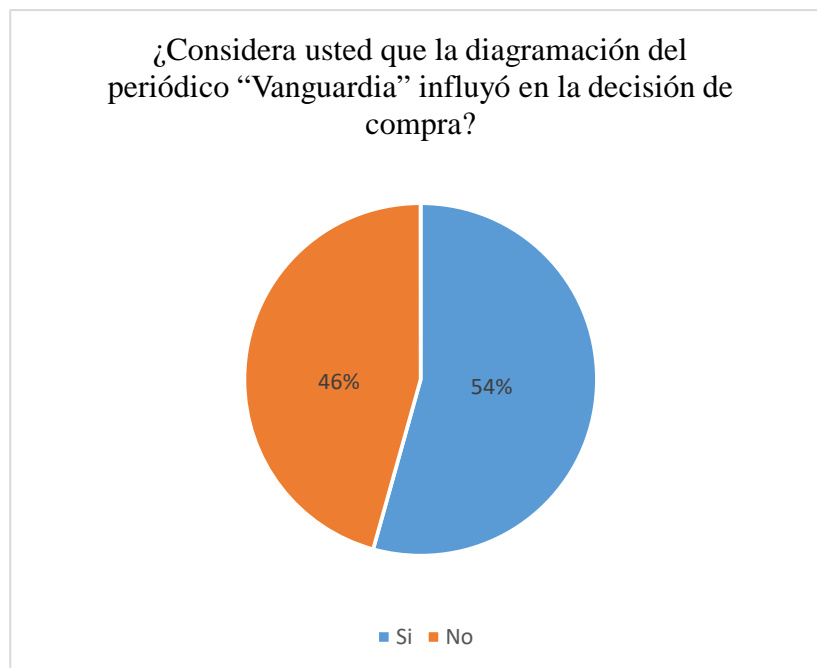
Cuadro 19. Hostería Rumipamba de las Rosas. 52 Personas



Cuadro 20. Centro Recreacional, Piscina Municipal. 52 Personas



Cuadro 21. Terminal Terrestre de Salcedo. 89 personas



Cuadro 22. Resultado final de los cinco puntos estratégicos. 379 Personas.

El tamaño de la muestra correspondiente al 379 Personas, dentro de la cual el 54% de la ciudadanía del cantón San Miguel de Salcedo se mostró satisfecha con el orden del contenido, aludiendo a que el elemento estaba sujeto a un manejo fácil de información, el acceso a secciones se encontraban separadas correctamente, las columnas de información se encontraban bien articuladas.

Con el rediseño editorial del diario “Vanguardia”, se generó un método de validación adecuado de la hipótesis planteada. Fue actualizado gráficamente tomando en cuenta lineamientos, parámetros, entre otros, de obras e investigaciones marcados dentro del objeto de investigación para que de esta manera se acerque al sector de estudio. En este sentido, el proyecto buscó sumar una investigación precisa acerca de la importancia del rediseño editorial en los diarios impresos, las características propias del diario en papel que aún se pueden potenciar para darle mayor utilidad.

El trabajo desarrolla la temática propuesta a partir de una observación y análisis acerca del rol de la diagramación dentro de cada una de las páginas internas de este elemento. La importancia de los seis elementos gráficos propios del diseño editorial, tales como: las tipografías (familias y variables visuales), el color, la distribución de blancos, las imágenes, la estructura interna y el contenido, también son analizados en

cada caso para poder conseguir la configuración visual adecuada en cada una de las páginas a rediseñar.

Sin embargo, datos adicionales que se pudieron recolectar con el 46% de la población, no lo percibían como imagen corporativa de periódico dominical “Vanguardia” por la nueva aplicación de la cabecera y el color dentro del medio de comunicación.

4.5. Conclusiones

En el proyecto investigativo se planteó como principal objetivo analizar la estructura del periódico “Vanguardia”, y determinar la influencia y transferencia de información hacia su público en el Cantón Salcedo. Si bien es cierto para la realización de este objetivo se apoyó en un conjunto de elementos compositivos; “Manual de Estilo y Ética Periodística” el cual ayuda a resolver posibles conflictos que se presenten en la maquetación sin extraviar el estilo y estructura de identidad del medio, posteriormente. El “Rediseño Cabecera y Cintillo” que son parte principal del periódico ya que los considera como elementos identificadores que refuerzan la identidad visual y mercantil de la publicación, además de proveer un valor agregado que destaca un eficaz Diseño Editorial concluyó con:

El uso de retículas modulares y rejilla tipográfica determinan una información ordenada y permiten obtener un diseño editorial flexible en la composición.

La cabecera es un elemento identificativo de “Vanguardia”, esta será un ícono principal que se convertirá en parte de la historia del Cantón Salcedo.’

El correcto manejo de familia tipográfica dentro de la composición (tamaño según la sesión, elemento u apartado, capitular, pie de fotos, titular, entradilla) manifiesta una estructura organizada y ayuda a la comprensión y lectura del contenido.

Los indicadores de tema son un aporte valioso dentro de la organización de información.

La publicidad estandarizada es una clave para la venta de espacios publicitarios los mismos generan identidad.

El correcto manejo de familia tipográfica dentro de la composición (tamaño según la sesión, elemento u apartado, capitular, pie de fotos, titular, entradilla) manifiesta una estructura organizada y ayuda a la comprensión y lectura del contenido.

Los indicadores de tema son un aporte valioso dentro de la organización de información.

La publicidad estandarizada es una clave para la venta de espacios publicitarios los mismos generan identidad.

4.6. Recomendaciones

Esta investigación contiene lineamientos de relevancia para el trato de contenidos que se localizarán dentro de la estructura informativa del periódico, por lo que se recomienda implementar cada uno de los elementos compositivos con el fin de fidelizar al lector. Además de actualizar el contenido editorial y estilo de redacción, se sugiere para implementación de este proyecto capacitar al personal encargado del Diseño Editorial. Por otra parte se recomienda evaluar los criterios expuestos en la presente investigación para determinar su efectividad y comprobar si el análisis fue apropiado para la estructura del contenido, el medio en general y además optar por el uso de estrategias publicitarias para el lanzamiento del rediseño de “Vanguardia”.

BIBLIOGRAFÍA

Ball-Rockeach, S., & De Fleur, M. (1982). *Teoría de la Comunicación de Masas*. España: Paidós Ibérica S.A.;

BROCKMANN, J. M. (1982). *SISTEMAS DE RETÍCULAS. UN MANUAL PARA DISEÑADORES GRÁFICOS*. BARCELONA: GUSTAVO GILI, S.A.

CEVAGRAF. (2014). *LA IMPRESIÓN Y SUS SECRETOS*. BARCELONA: CEVAGRAF, S.C.C.L.

CHENG, K. (2006). *Diseñar Tipografía*. Gustavo Gili.

Collazos González, G. P. (2011). *Diseño editorial como expresión y afirmación de la ideología política, social y cultural*. Argentina.

COSTA, J. (2003). *DISEÑAR PARA LOS OJOS* (2DA ed.). (G. E. DESING, Ed.) LA PAZ, BOLIVIA: EDITORIAL DESING.

FERNÁNDEZ COLLADO, C., HERNÁNDEZ SAMPIERI, R., & BAPTISTA LUCIO, P. (1991). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. MÉXICO: THE MCGRAW-HILL COMPANIES.

GACETA, L. (04 de 01 de 2015). RESEÑA HISTÓRICA DIARIO "LA GACETA". *LA GACETA*.

González Díez, L., & Pérez Cuadrado, P. (2014). La cabecera como signo de identidad del producto periódico: una aproximación teórico-práctica a los rótulos de la prensa diaria española en 2013.

González Alonso, C. (2003). *Diccionario de la Comunicación*. México D.F: Editorial Trillas S.A.;

- González Díez , L., & Pérez Cuadrado, P. (2001). *Principios Básicos sobre Diseño Periodístico*. Madrid: Editorial Universitas, S.A.
- Guerrero, M. L. (2014). *Manual de Diseño Editorial Profesional*. Imprenta Acuario Evolución.
- INEC. (2014). <http://app.sni.gob.ec>. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0505_SALCEDO_COTOPA_XI.pdf
- JORDÁN, R., & PANCHANA, A. (05 de 2010). <https://rodrigojordan.files.wordpress.com>. Obtenido de <https://rodrigojordan.files.wordpress.com/2010/05/los-mcs-en-ecuador.pdf>
- KANE, J. (2017). *MANUAL DE TIPOGRAFÍA*. GUSTAVO GILI.
- MORA, E. A. (2012). *LA PRENSA EN LA HISTORIA DEL ECUADOR*:. QUITO: Universidad Andina Simón Bolívar.
- MUNARI, B. (1985). *DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL*. BARCELONA: GUSTAVO GILI.
- OROZCO, R. Q. (s.f.). *UNIVERSIDAD DE LONDRES*. Obtenido de http://www.uvirtual.edu.co/docudiseo/Dise%C3%B1o%20Grafico/I-L/introduccion_comunicacion.pdf
- Paola, C. G. (2011). *Diseño editorial como expresión y afirmación de la ideología política, social y cultural*. Argentina.
- RAMONET, I. (1986). *LA TIRANÍA DE LA COMUNICACIÓN*. Obtenido de <https://fundamentosperiodismo.files.wordpress.com/2013/04/ramonet-la-tiranía-de-la-comunicacion.pdf>

- SAMARA, T. (2004). *Making and Breaking the Grid. A Graphic Design Layout Workshop*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Tacuri , J., & Muñoz, M. (2010). *Proyecto de Elaboración de un Periódico Semanario para Chordeleg*. Cuenca: Universidad Politécnica Salesiana.
- TAPIA, M. L. (SEPTIEMBRE de 2014). *Levantamiento y análisis preliminar de las fuentes primarias y secundarias de la Historia de la Comunicación de la provincia de Cotopaxi en el período 1755-1944* . Universidad Técnica Particular de Loja. Obtenido de http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/11271/1/Velastegui_Tapia_Martha_Lucia.pdf
- UNNA, J. D. (2000). *MANUAL DE DISEÑO EDITORIAL*. MÉXICO: SANTILLANA.
- Vega, M. N. (2006). *Revitalización de la imagen del diario latacungeño "La Gaceta"*. Quito: Universidad de las Américas.
- Willi, K. (2003). *Tipografía: Macro y Micro estética*. Barcelona: Gustavo Gili.
- WONG, W. (1995). *FUNDAMENTOS DEL DISEÑO*. BARCELONA: GUSTAVO GILI, S.A.
- ZAPPATERRA, Y. (2008). *DISEÑO EDITORIAL. PERIÓDICOS Y REVISTAS*. BARCELONA: GUSTAVO GILI, S.L.

GLOSARIO

Anglicismo

Son préstamos lingüísticos del idioma inglés hacia otro idioma. Muchas veces son un producto de traducciones deficientes de material impreso o de secuencias habladas, y otras veces se crean forzosamente por la inexistencia de una palabra apropiada que traduzca un término o vocablo específico., (pág 52).

Antimonio

Elemento químico de núm. atóm. 51, duro, quebradizo y de color blanco azulado, escaso en la corteza terrestre y que, aleado en pequeñas cantidades con diversos metales, les da dureza. (Símb. Sb, de stibium, su denominación latina),,

(pág 42).

Cíceros

Tipo de letra de imprenta que es de un grado más que la de entredós, y de uno menos que la de atanasia., (pág 43).

Colorimetría

Procedimiento de análisis químico fundado en la medida de la intensidad del color de las disoluciones., (pág 44)

Formones

Instrumento de carpintería, semejante al escoplo, pero más ancho de boca y menos grueso., (pág 50)

Gubias

Del lat. tardío gu[ll]bia, voz de or. celta,

1. f. Formón de mediacaña, delgado, que usan los carpinteros y otros para labrar superficies curvas.

2. f. Aguja en forma de mediacaña, que servía para reconocer los fogones de los cañones de artillería.

(pág 50).

Lancetas

Del dim. de lanza.

1. f. Med. Instrumento provisto de una hoja de acero de corte muy delgado por ambos lados y punta agudísima, que sirve para sangrar abriendo una cisura en la vena y para abrir tumores y otras cosas., (pág 50).

Ligninas

La lignina es una clase de polímeros orgánicos complejos que forman materiales estructurales importantes en los tejidos de soporte de plantas vasculares y de algunas algas.

1.- Las ligninas son particularmente importantes en la formación de las paredes celulares, especialmente en la madera y la corteza, ya que prestan rigidez y no se pudren fácilmente. Químicamente las ligninas son polímeros fenólicos reticulados. (pág 54)

Oblicuo

1. adj. Que se desvía de la línea horizontal o vertical., (pág 56)

Pouce

Quiere decir 'pulgada' en francés., (pág 42).

ANEXOS

FUNDAMENTACIÓN LEGAL

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

CAPÍTULO 2 De los derechos civiles

Art. 23.- Sin perjuicio de los derechos establecidos en esta Constitución y en los instrumentos internacionales vigentes, el Estado reconocerá y garantizará a las personas los siguientes:

9.- El derecho a la libertad de opinión y de expresión del pensamiento en todas sus formas, a través de cualquier medio de comunicación, sin perjuicio de las responsabilidades previstas en la ley. La persona afectada por afirmaciones sin pruebas o inexactas, o agraviada en su honra por informaciones o publicaciones no pagadas hechas por la prensa u otros medios de comunicación social, tendrá derecho a que estos hagan la rectificación correspondiente en forma obligatoria, inmediata y gratuita, y en el mismo espacio o tiempo de la información o publicación que se rectifica.

CAPÍTULO 4 DE LOS DERECHOS ECONÓMICOS, SOCIALES Y CULTURALES

SECCIÓN SÉPTIMA De la cultura

Art. 63.- El Estado garantizará el ejercicio y participación de las personas, en igualdad de condiciones y oportunidades, en los bienes, servicios y manifestaciones de la cultura, y adoptará las medidas para que la sociedad, el sistema educativo, la empresa privada y los medios de comunicación contribuyan a incentivar la creatividad y las actividades culturales en sus diversas manifestaciones. Los intelectuales y artistas participarán, a través de sus organizaciones, en la elaboración de políticas culturales.

SECCIÓN DÉCIMA De la comunicación

Art. 81.- El Estado garantizará el derecho a acceder a fuentes de información; a buscar, recibir, conocer y difundir información objetiva, veraz, plural, oportuna y sin censura previa, de los acontecimientos de interés general, que preserve los valores de la comunidad, especialmente por parte de periodistas y comunicadores sociales. Asimismo, garantizará la cláusula de conciencia y el derecho al secreto profesional de los periodistas y comunicadores sociales o de quienes emiten opiniones formales como colaboradores de los medios de comunicación. No existirá reserva respecto de informaciones que reposen en los archivos públicos, excepto de los documentos para los que tal reserva sea exigida por razones de defensa nacional y por otras causas expresamente establecidas en la ley. Los medios de comunicación social deberán participar en los procesos educativos, de promoción cultural y preservación de valores éticos. La ley establecerá los alcances y limitaciones de su participación. Se prohíbe la publicidad que por cualquier medio o modo promueva la violencia, el racismo, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y cuanto afecte a la dignidad del ser humano.

LEY DE ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

TÍTULO IV Regulación de contenidos

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

1. Informativos -I;
2. De opinión -O;
3. Formativos/educativos/culturales -F;
4. Entretenimiento -E;

5. Deportivos -D; y,

6. Publicitarios -P.

Los medios de comunicación tienen la obligación de clasificar todos los contenidos de su publicación o programación con criterios y parámetros jurídicos y técnicos. Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios deben identificar el tipo de contenido que transmiten; y señalar si son o no aptos para todo público, con el fin de que la audiencia pueda decidir informadamente sobre la programación de su preferencia. Quedan exentos de la obligación de identificar los contenidos publicitarios, los medios radiales que inserten publicidad en las narraciones de espectáculos deportivos o similares que se realicen en transmisiones en vivo o diferidas.

El incumplimiento de la obligación de clasificar los contenidos, será sancionado administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con ésta.

Art. 61.- Contenido discriminatorio.- Para los efectos de esta Ley, se entenderá por contenido discriminatorio todo mensaje que se difunda por cualquier medio de comunicación social que connote distinción, exclusión o restricción basada en razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física y otras que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos, o que incite a la realización de actos discriminatorios o hagan apología de la discriminación.

Art. 62.- Prohibición.- Está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos discriminatorios que tenga por objeto o resultado

menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales.

Se prohíbe también la difusión de mensajes a través de los medios de comunicación que constituyan apología de la discriminación e incitación a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de mensaje discriminatorio.

Art. 63.- Criterios de calificación.- Para los efectos de esta ley, para que un contenido sea calificado de discriminatorio es necesario que el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación establezca, mediante resolución motivada, la concurrencia de los siguientes elementos:

1. Que el contenido difundido denote algún tipo concreto de distinción, exclusión o restricción;

2. Que tal distinción, exclusión o restricción esté basada en una o varias de las razones establecidas en el artículo 61 de esta Ley; y,

3. Que tal distinción, exclusión o restricción tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento o goce de los derechos humanos garantizados en la Constitución y en los instrumentos internacionales; o que los contenidos difundidos constituyan apología de la discriminación o inciten a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de discriminación.

Art. 64.- Medidas administrativas.- La difusión de contenidos discriminatorios ameritarán las siguientes medidas administrativas:

1. Disculpa pública de la directora o del director del medio de comunicación presentada por escrito a la persona o grupo afectado con copia a la Superintendencia de la Información y Comunicación, la cual se publicará en

su página web y en la primera interfaz de la página web del medio de comunicación por un plazo no menor a siete días consecutivos;

2. Lectura o transcripción de la disculpa pública en el mismo espacio y medio de comunicación en que se difundió el contenido discriminatorio;

3. En caso de reincidencia se impondrá una multa equivalente del 1 al 10% de la facturación promediada de los últimos tres meses presentada en sus declaraciones al Servicio de Rentas Internas, considerando la gravedad de la infracción y la cobertura del medio, sin perjuicio de cumplir lo establecido en los numerales 1 y 2 de este artículo; y,

4. En caso de nuevas reincidencias, la multa será el doble de lo cobrado en cada ocasión anterior, sin perjuicio de cumplir lo establecido en los numerales 1 y 2 de este artículo.

La Superintendencia remitirá a la Fiscalía, para la investigación de un presunto delito, copias certificadas del expediente que sirvió de base para imponer la medida administrativa sobre actos de discriminación.

Art. 67.- Prohibición.- Se prohíbe la difusión a través de los medios de comunicación de todo mensaje que constituya incitación directa o estímulo expreso al uso ilegítimo de la violencia, a la comisión de cualquier acto ilegal, la trata de personas, la explotación, el abuso sexual, apología de la guerra y del odio nacional, racial o religioso.

Queda prohibida la venta y distribución de material pornográfico audiovisual o impreso a niños, niñas y adolescentes menores de 18 años.

El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo será sancionado administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con esta

obligación, sin perjuicio de que el autor de estas conductas responda judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral.

Art. 69.- Suspensión de publicidad.- De considerarlo necesario, y sin perjuicio de implementar las medidas o sanciones administrativas previstas en esta Ley, la Superintendencia de la Información y Comunicación podrá disponer, mediante resolución fundamentada, la suspensión inmediata de la difusión de publicidad engañosa.

TÍTULO V Medios de comunicación social

Art. 70.- Tipos de medios de comunicación.- Los medios de comunicación social son de tres tipos:

1. Públicos;
2. Privados; y,
3. Comunitarios.

Art. 71.- Responsabilidades comunes.- La información es un derecho constitucional y un bien público; y la comunicación social que se realiza a través de los medios de comunicación es un servicio público que deberá ser prestado con responsabilidad y calidad, respetando los derechos de la comunicación establecidos en la Constitución, los instrumentos internacionales y contribuyendo al buen vivir de las personas.

Todos los medios de comunicación tienen las siguientes responsabilidades comunes en el desarrollo de su gestión:

1. Respetar los derechos humanos y promover su plena aplicabilidad;

2. Desarrollar el sentido crítico de los ciudadanos y promover su participación en los asuntos de interés general;
3. Acatar y promover la obediencia a la Constitución, a las leyes y a las decisiones legítimas de las autoridades públicas;
4. Promover espacios de encuentro y diálogo para la resolución de conflictos de interés colectivo;
5. Contribuir al mantenimiento de la paz y la seguridad;
6. Servir de canal para denunciar el abuso o uso ilegítimo que los funcionarios estatales o personas particulares hagan de los poderes públicos y privados;
7. Impedir la difusión de publicidad engañosa, discriminatoria, sexista, racista o que atente contra los derechos humanos de las personas;
8. Promover el diálogo intercultural y las nociones de unidad y de igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales;
9. Promover la integración política, económica y cultural de los ciudadanos, pueblos y colectivos humanos; y,
10. Propender a la educomunicación.

PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR

OBJETIVO 5 CONSTRUIR ESPACIOS DE ENCUENTRO COMÚN Y FORTALECER LA IDENTIDAD NACIONAL, LAS IDENTIDADES DIVERSAS, LA PLURINACIONALIDAD Y LA INTERCULTURALIDAD

El derecho a la libre expresión

Al mismo tiempo que impulsamos el potencial económico de las industrias culturales, es preciso reconocer que el flujo desigual de bienes y servicios culturales tiene repercusiones mucho más allá de la esfera productiva. La invasión de contenidos audiovisuales, radiofónicos y editoriales hegemónicos todavía colonizan los espacios públicos, radiofónicos y editoriales. Estos espacios, por lo tanto, deben convertirse en campos de acción estratégica para la soberanía simbólica y cultural del país. Por ello, una gestión pública fuerte, decidida y soberana sobre el espacio público mediático será de igual importancia que aquella que se aplique sobre el espacio físico. Frente a la desregulación del espacio mediático, que reproduce en el campo cultural la ideología económica neoliberal y posmoderna del *laissez faire*, es preciso generar una clara política de cuotas de pantalla, de distribución de espacios mediáticos y de exigencia de programación de contenidos diversos de América Latina y el mundo. La regulación del espacio radioeléctrico para la asignación democrática, equitativa y transparente de frecuencias es una tarea pendiente, como también lo es la regulación del espacio audiovisual. Solo mediante la regulación y los incentivos podemos asegurar a la población el ejercicio del derecho a una comunicación libre, intercultural, incluyente, responsable, diversa y participativa.

5.5. Garantizar a la población el ejercicio del derecho a la comunicación libre, intercultural, incluyente, responsable, diversa y participativa.

- c. Promover esfuerzos interinstitucionales para la producción y la oferta de contenidos educativos con pertinencia cultural, en el marco de la corresponsabilidad educativa de los medios de comunicación públicos y privados.
- d. Promover la regulación de la programación de los medios de comunicación, desde un enfoque de derechos humanos y de la naturaleza.
- e. Fortalecer los medios de comunicación públicos y promover su articulación con los medios públicos regionales (ALBA, Unasur y Celac).
- f. Generar

incentivos para los circuitos de transmisión de contenidos culturales y para los medios de comunicación alternativos y locales.

o. Incentivar la producción y la oferta de contenidos educativos con pertinencia cultural, en los marcos de la corresponsabilidad educativa de los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios.

p. Impulsar organizaciones de veeduría social y ciudadana a los medios de comunicación, con autonomía frente al Estado y a intereses privados.

i. Promover y desarrollar mecanismos de regulación de los medios de comunicación para eliminar la difusión de publicidad, los programas y los mensajes que induzcan a la violencia de género.

**OBJETIVO 6 CONSOLIDAR LA TRANSFORMACIÓN DE LA
JUSTICIA Y FORTALECER LA SEGURIDAD INTEGRAL, EN
ESTRICTO RESPETO A LOS DERECHOS HUMANOS**

6.8. Promover una cultura social de paz y la convivencia ciudadana en la diversidad

d. Fomentar la responsabilidad educativa de los medios de comunicación en la difusión de contenidos que promuevan una cultura libre de estereotipos violentos.

CÓDIGO DE ÉTICA PERIODÍSTICA EN EL ECUADOR

La libertad de expresión del pensamiento es derecho fundamental del hombre y piedra angular de todas las libertades consagradas en la Constitución Política de la República y es, por tanto, una necesidad vital del pueblo ecuatoriano. Un derecho irrenunciable del periodista profesional y una obligación ineludible de los medios de comunicación social y del Estado

La libertad de expresión se plasma esencialmente en la libertad de información y de opinión, a través de los medios de la comunicación social. Este derecho es, en consecuencia, inalienable, por lo que le corresponde al periodista profesional su plena aplicación práctica, ya para satisfacer el anhelo comunitario de una información oportuna, veraz y objetiva, ya para contribuir a la correcta interpretación y orientación de los problemas en el complejo mundo en que vivimos, ya para ofrecer distracción constructiva y útil; ya, en fin, para reforzar e impulsar los programas y planes de desarrollo social y para luchar por la soberanía, independencia y dignidad nacionales.

El periodista profesional debe cumplir en este contexto un rol esencial. Está obligado a ser leal y consecuente con los principios y las aspiraciones de su pueblo, de su comunidad y de su familia. No es ni puede ser neutral, porque en la sociedad humana es imposible esa neutralidad, como no sea para favorecer directa o indirectamente, intereses antipopulares. Es y debe ser esencialmente objetivo, de manera especial para interpretar los acontecimientos de la vida diaria y darle a la información la categoría, el volumen, la importancia y la interpretación que realmente merece.

La delicada tarea que cumple el periodista profesional le obliga también a ser altamente responsable con los principios universales de la convivencia pacífica entre los países del mundo y el respeto mutuo con los fundamentos sociales de su propio pueblo y sus legítimas aspiraciones y con las libertades y derechos de la persona humana. No puede, en consecuencia, prestarse para alentar acciones o planes que atenten contra estos principios fundamentales. Deberá ser ajeno al sensacionalismo

irresponsable, a la mercantilización de la noticia o cualquier tipo de manipuleo de la información o de la opinión que falsee, tergiverse, niegue o limite la verdad.

Personalmente el periodista profesional, así como tiene derecho a garantías y facilidades para el mejor cumplimiento de su función, está obligado a respetar los derechos de los demás y la integridad moral de las personas, especialmente su vida privada y a guardar una conducta ejemplar que avale precisamente su autoridad para informar, orientar, denunciar o exigir a través de los medios de comunicación social.

Vista esta Declaración de Principios, la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador dicta el siguiente CODIGO DE ETICA PROFESIONAL para normar la conducta profesional de los periodistas ecuatorianos:

CAPITULO I

EL PERIODISTA Y LA COMUNIDAD

Artículo 1.- El periodista tiene la obligación de proporcionar a la comunidad una información objetiva, veraz y oportuna.

Artículo 2.- El periodista debe lealtad a las aspiraciones y a los valores fundamentales de su comunidad.

Artículo 3.- El periodista está obligado a promover el desarrollo integral del país, la educación, la ciencia, la cultura y a luchar por la liberación del hombre y los pueblos.

Artículo 4.- La comunidad tiene derecho a ser correctamente informada y el periodista está obligado a evitar la deformación y tergiversación de las informaciones.

Artículo 5.- El periodista no debe utilizar su profesión para denigrar o humillar la dignidad humana.

Artículo 6.- El periodista está obligado a respetar la convivencia humana. Le está prohibido preconizar la lucha racial o religiosa. Defenderá la supervivencia de los grupos étnicos y sus derechos a la integración y al desarrollo del país.

Artículo 7.- El periodista está obligado a defender el derecho y el ejercicio de la libertad de expresión de todos los sectores de la comunidad, especialmente de los marginados de la comunicación social.

Artículo 8.- El periodista está obligado a luchar por la comunidad en la que se desenvuelve y defender el equilibrio ecológico y el medio ambiente.

Artículo 9.- El periodista debe oponerse y denunciar las campañas promocionales y publicitarias que atenten contra los valores humanos y sociales de la comunidad.

Artículo 10.- El periodista tiene la obligación de utilizar correctamente los idiomas oficiales.

CAPITULO II

EL PERIODISTA Y EL ESTADO

Artículo 11.- El periodista está obligado a defender la soberanía y la integridad territorial, sus símbolos patrios, su historia, su cultura y sus tradiciones.

Artículo 12.- El periodista exigirá del Estado una política nacional de comunicación que impida el monopolio de la información.

Artículo 13.- El periodista demandará del Estado la defensa de los derechos de los trabajadores, su capacitación, salarios justos, seguridad social y estabilidad.

Artículo 14.- El periodista exigirá del Estado la plena vigencia de la libertad de expresión, el libre acceso a las fuentes de información y el derecho del pueblo a una información objetiva, veraz y oportuna.

Artículo 15.- El periodista debe luchar para que el Estado garantice la plena vigencia de la Ley de Ejercicio Profesional del Periodista.

Artículo 16.- El periodista debe rechazar cualquier presión del Estado que pretenda obligarle a adoptar determinada posición o identidad política, religiosa o ideológica.

Artículo 17.- El periodista debe impulsar y promover los programas del Estado destinados a fomentar el desarrollo integral del país.

Artículo 18.- El periodista luchará por la plena vigencia de los derechos humanos y se manifestará contrario a los regímenes fascistas o que no respeten la dignidad humana.

CAPITULO III

EL PERIODISTA Y LA FENAPE

Artículo 19.- El periodista debe cumplir y hacer cumplir este Código, la Ley de Ejercicio Profesional del Periodista, los Estatutos, Reglamentos, así como las resoluciones de la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador, FENAPE.

Artículo 20.- El periodista será leal militante de la FENAPE y defensor de los principios profesionales.

Artículo 21.- El periodista está obligado a fomentar la fraternidad y el respeto mutuo entre colegas.

Artículo 22.- El periodista está obligado a defender a sus colegas que, en razón de su ejercicio profesional o creencias políticas, ideológicas o religiosas, sufrieran persecución, cárcel, tortura, exilio o cualquier otro acto represivo del sector público o privado que atente contra su libertad y dignidad.

Artículo 23.- Al periodista le está prohibido promover o participar en actos contrarios a la Federación Nacional de Periodistas.

CAPITULO IV

EL PERIODISTA Y EL EJERCICIO PROFESIONAL

Artículo 24.- El periodista guardará estricto secreto en el ejercicio de su profesión respecto de las fuentes de información.

Artículo 25.- El periodista debe verificar sus informaciones y recurrir a fuentes que garanticen una información veraz.

Artículo 26.- Le está prohibido al periodista recibir bienes o valores destinados a interferir o tergiversar su labor informativa y de opinión.

Artículo 27.- Le está prohibido al periodista utilizar prácticas desleales para desplazar a un colega y ocupar su puesto.

Artículo 28.- Al periodista le está prohibido aceptar remuneraciones inferiores al mínimo establecido por la ley.

Artículo 29.- El periodista denunciará ante la FENAPE las presiones que las fuentes ejerzan sobre el patrono para removerlo injustificadamente o impedir el ejercicio de su profesión.

Artículo 30.- Le está prohibido al periodista comunicar de mala fe informaciones que atenten contra la dignidad, el honor o prestigio de personas, instituciones y agrupaciones.

Artículo 31.- El periodista está obligado a rectificar las informaciones probadas como falsas. Los rumores y las noticias no confirmadas deben identificarse y tratarse como tales.

Artículo 32.- Al periodista le está prohibido utilizar como suyo material informativo en cuya elaboración no haya participado, no prestar su nombre para amparar publicaciones o programas donde no tenga participación efectiva.

Artículo 33.- El periodista debe informar a su Colegio Provincial casos de ejercicio ilegal de la profesión, a fin de que el Colegio denuncie el incumplimiento de la ley a las autoridades correspondientes.

Artículo 34.- Los periodistas que tienen funciones directivas no pueden ejercer acciones que perjudiquen a sus colegas subordinados por discrepancias políticas, ideológicas, religiosas, enemistad personal o consignas empresariales injustificadas.

Artículo 35.- Al periodista le está prohibido usar el anonimato, las publicaciones apócrifas y la divulgación de rumores falsos o tendenciosos.

CAPITULO V

EL PERIODISTA Y LA EMPRESA

Artículo 36.- El periodista está obligado a velar porque se cumplan las disposiciones de la legislación laboral.

Artículo 37.- El periodista exigirá a la empresa respeto para sus creencias políticas, ideológicas y religiosas.

Artículo 38.- El periodista exigirá a la empresa respeto a su producción, cuyo sentido no podrá ser cambiado sin su consentimiento.

Artículo 39.- El periodista debe asumir conjuntamente con la empresa la responsabilidad de toda información elaborada por él y difundida sin que ésta haya sufrido alteración ajena a su voluntad.

Artículo 40.- El periodista debe propender a que se le reconozca el derecho a intervenir en la elaboración y ejecución de la política editorial e informativa del medio en que trabaja.

Artículo 41.- El periodista debe exigir en sus relaciones con la empresa un tratamiento ajustado a su dignidad y al valor e importancia que tiene su profesión en la sociedad.

CAPITULO VI

EL PERIODISTA Y LAS RELACIONES INTERNACIONALES

Artículo 42.- El periodista está obligado a cumplir las decisiones y acuerdos que la institución tome estatutariamente en sus relaciones internacionales.

Artículo 43.- El periodista debe luchar por la libertad de los pueblos, contra el colonialismo, el neocolonialismo y toda forma de discriminación ideológica, religiosa y racista.