



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**TEMA:**

**“IDENTIFICACIÓN DE LA EVOLUCIÓN DEL DISEÑO DE PORTADAS EN LOS PERIÓDICOS IMPRESOS DE LA CIUDAD DE IBARRA PUBLICADOS DESDE 1987 HASTA 2015”**

Trabajo de grado previo a la obtención del título de Licenciada en la Especialidad de Diseño y Publicidad.

**AUTORA:** Lligüicota Guacán Mirian Cristina

**DIRECTOR:** MSc. Diego Córdova

Ibarra, 2018

## ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

En calidad de director del trabajo de grado: **“IDENTIFICACIÓN DE LA EVOLUCIÓN DEL DISEÑO DE PORTADAS EN LOS PERIÓDICOS IMPRESOS DE LA CIUDAD DE IBARRA PUBLICADOS DESDE 1987 HASTA 2015”**, de la señorita Mirian Cristina Lligüicota Guacán, egresado de la carrera de Licenciatura de Diseño y Publicidad, considero que el presente informe de investigación reúne todos los requisitos para ser sometido a la evaluación del jurado examinador que el Honorable Consejo Directivo de la Facultad designe.

Ibarra, 29 de noviembre del 2018



MSc. Diego Córdova  
**DIRECTOR DE TESIS**



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

#### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

| DATOS DE CONTACTO           |           |  |            |
|-----------------------------|-----------|--|------------|
| <b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b> | <b>DE</b> | 1003418991   |            |
| <b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b> | <b>Y</b>  | Lligüicota Guacán Mirian Cristina                                    |            |
| <b>DIRECCIÓN:</b>           |           | Bellavista de Caranqui - IMBABURA                                    |            |
| <b>EMAIL:</b>               |           | <a href="mailto:cristina21utn@gmail.com">cristina21utn@gmail.com</a> |            |
| <b>TELÉFONO FIJO:</b>       | 062650835 | <b>TELÉFONO MÓVIL:</b>   | 0969244860 |

| DATOS DE LA OBRA |                                     |
|------------------|-------------------------------------|
| <b>TÍTULO:</b>   | "IDENTIFICACIÓN DE LA EVOLUCIÓN DEL |

|                                |  |
|--------------------------------|--|
|                                | <b>DISEÑO DE PORTADAS EN LOS PERIÓDICOS IMPRESOS DE LA CIUDAD DE IBARRA PUBLICIDAD DESDE 1987 HASTA EL 2015”</b> |
| <b>AUTOR :</b>                 | LLIGÜICOTA GUACÁN MIRIAN CRISTINA  |
| <b>FECHA: AAAAMMDD</b>         | 2018-12-19   |
| SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO    |  |
| <b>PROGRAMA:</b>               | <input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>                     |
| <b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b> | Licenciatura en Diseño y Publicidad.   |
| <b>ASESOR /DIRECTOR:</b>       | MSc. Diego Córdova.  |

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, LIGÜICOTA GUACÁN MIRIAN CRISTINA con cédula de identidad Nro. 1003418991, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

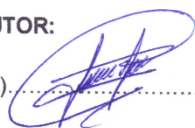
## 3. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular del derecho patrimonial, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 19 días del mes de diciembre de 2018

**EL AUTOR:**

(Firma)



Nombre: LLIGÜICOTA GUACÁN MIRIAN CRISTINA

C.I.: 1003418991

Facultado por resolución de Consejo Universitario

---



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, LLIGÜICOTA GUACÁN MIRIAN CRISTINA con cédula de identidad Nro.1003418991, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado: **"IDENTIFICACIÓN DE LA EVOLUCIÓN DEL DISEÑO DE PORTADAS EN LOS PERIÓDICOS IMPRESOS DE LA CIUDAD DE IBARRA PUBLICIDAD DESDE 1987 HASTA EL 2015"** que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciada en Diseño y Publicidad, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma).....

Nombre: LLIGÜICOTA GUACÁN MIRIAN CRISTINA

C.I.:1003418991

Ibarra, a los 19 días del mes de diciembre de 2018

## **DEDICATORIA**

La vida está hecha de momentos extraordinarios, y esta es una de ellas es por eso que se lo dedico a Dios y a mi Ángel de la guarda por iluminar mi camino y haberme dado salud, para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mi Madre querida alguien que ha sido y será un ejemplo de vida para mí a pesar de los obstáculos de la vida siempre busca la manera de salir adelante, para inculcarme los valores que me ha permitido ser una persona de bien.

A mi adorable hermana Diana por el apoyo incondicional en esta etapa universitaria, la que siempre ha estado en todos los momentos de mi vida, brindándome sus consejos para salir adelante cumpliendo cada sueño y meta que me propongo le dedico de todo corazón.

## **AGRADECIMIENTO**

Durante todo este tiempo, que estado estudiando agradezco a la Universidad Técnica del Norte por abrirme las puertas a mi formación como profesional y así poder culminar mi carrera.

A todos mis profesores quienes son las personas que compartieron sus conocimientos y experiencias y nos motivan para ser excelentes profesionales en la vida cotidiana.

A mi familia, a mi Madre y mis hermanos quienes son un soporte fundamental en mi vida, que cada cosa que me propongo me sabe apoyar incondicionalmente más aun en mi trayectoria de estudios para culminar les agradezco de todo corazón.

A mis compañeros por ser un grupo homogéneo y compartir cada momento de felicidad y conocimiento intelectual para así lograr nuestros objetivos. De igual manera a mis amigas quienes supieron llevar mi amistad a un cariño tan grande y apoyarme siempre lo que me propongo en mi vida.



## RESUMEN

El presente proyecto titulado: “identificación de la evolución del diseño de portadas en los periódicos impresos de la ciudad de Ibarra publicados desde 1987 hasta 2015” pretende investigar las transiciones en el diseño de portadas de diarios locales, con fines de hacer una interpretación técnica.

En el primer capítulo titulado problemática, se detalla la situación actual que es la razón del desarrollo de este proyecto. En el segundo capítulo titulado: marco teórico, se analiza a diferentes autores y su aporte científico para el estudio de los medios impresos, como es el diseño editorial, desde los formatos, materiales, sistemas de impresión, incluso tipografía, sistemas de color, composición y contenido de los diarios.

En el tercer capítulo se encuentra todo lo referente a metodología de investigación, los métodos empleados, las técnicas, en este caso particular se empleó la técnica de análisis de contenido que se ajusta a las necesidades específicas de este proyecto. En el cuarto capítulo se analiza e interpreta los resultados de las entrevistas realizadas y el análisis de contenido de la muestra tomada de las portadas de diarios publicados entre 1987 hasta el 2015.

En el quinto capítulo se plantean las conclusiones y recomendaciones planteadas a partir del estudio desarrollado a lo largo de la investigación. Mientras que en el sexto y último capítulo se detalla la publicación para realizar la socialización de la investigación desarrollada, con el fin de compilar los resultados de la identificación del diseño de portadas en los periódicos impresos copilado en un libro para su difusión y análisis elaborado como un aporte para el estudio de medios impresos, prensa diaria.

**PALABRAS CLAVE:** estudio, diseño de portada, periódico, análisis de contenido, diseño y publicidad.

## ABSTRACT

This project entitled "Identification of the evolution of cover designs in printed newspapers in the city of Ibarra, published from 1987 to 2015" intends to research the transitions in the design of covers of local newspapers, in order to make a technical interpretation.

Chapter One, titled "Problem description", details the current situation which is the reason for the development of this project. Chapter Two, entitled: "Theoretical framework", analyses different authors and their scientific contribution to the study of printed media, such as editorial design, from formats, materials, and printing systems, including typography, color systems, composition and content of the newspapers.

Chapter Three, entitled "Methodology", finds everything related to research methodology, methods used, techniques. In this particular case, the technique of content analysis was employed, which fits the specific needs of this project. In Chapter Four, the results of the interviews conducted are analyzed and interpreted, and the content analysis is performed on the sample taken from newspaper covers published between 1987 and 2015.

In Chapter Five, entitled "Conclusions and recommendations", the conclusions drawn and the recommendations developed throughout the research are presented. Chapter six (and last) details the publication to do the socialization of this research. The results of the identification of the cover designs in the printed newspapers were compiled in a book to be spread and analyzed. This book was made as a contribution for the study of printed media and daily press.

KEY WORDS: study, cover design, newspaper, content analysis, design and advertising.



*for I. Laguarda*  
1001965282

## ÍNDICE GENERAL

|   |      |
|---|------|
| ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR.....  | ii   |
| AUTORÍA.....  | vi   |
| AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD<br>TÉCNICA DEL NORTE .....                | iii  |
| CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA<br>UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE ..... | vi   |
| DEDICATORIA .....   | vii  |
| AGRADECIMIENTO .....  | viii |
| RESUMEN.....  | ix   |
| ABSTRACT .....  | x    |
| ÍNDICE GENERAL .....  | xi   |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS.....   | xv   |
| ÍNDICE DE TABLAS.....   | xvi  |
| INTRODUCCIÓN.....   | xvii |
| CAPÍTULO I.....   | 1    |
| 1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....  | 1    |
| 1.1. Antecedentes .....   | 1    |
| 1.2. Planteamiento del problema .....   | 2    |
| 1.3. Formulación del problema .....   | 3    |
| 1.4. Delimitación.....  | 3    |
| 1.5. Objetivos .....  | 3    |
| 1.5.1. Objetivo General .....   | 3    |
| 1.5.2. Objetivos Específicos.....   | 3    |
| 1.6. Justificación.....   | 4    |
| CAPÍTULO II.....  | 6    |
| 2. MARCO TEÓRICO .....  | 6    |
| 2.1. Fundamentación Teórica.....  | 6    |

|                   |  |    |
|-------------------|--|----|
| 2.1.1.            | Diseño editorial de periódicos .....     | 6  |
| 2.1.2.            | Soporte .....                            | 6  |
| 2.1.3.            | Formatos.....                            | 7  |
| 2.1.4.            | Contenido .....                          | 8  |
| 2.1.5.            | Diagramación reticular .....             | 10 |
| 2.1.6.            | Recursos.....                            | 10 |
| 2.1.7.            | Imagen.....                              | 11 |
| 2.1.8.            | Tipografía.....                          | 11 |
| 2.1.9.            | Color .....                              | 11 |
| 2.1.10.           | Teoría del color .....                   | 11 |
| 2.1.11.           | Fisiología del color .....               | 15 |
| 2.1.12.           | Psicología del color.....                | 16 |
| 2.2.              | Posicionamiento Teórico Personal .....   | 19 |
| 2.3.              | Glosario de Términos. ....               | 21 |
| CAPÍTULO III..... |  | 23 |
| 3.                | METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....     | 23 |
| 3.1.              | Tipo de Investigación.....               | 23 |
| 3.1.1.            | Documental.....                          | 23 |
| 3.1.2.            | De campo .....                           | 23 |
| 3.1.3.            | De acuerdo al nivel de profundidad ..... | 23 |
| 3.2.              | Métodos:.....                            | 24 |
| 3.2.1.            | Observación científica.....              | 24 |
| 3.2.2.            | Histórico lógico.....                    | 24 |
| 3.2.3.            | Inductivo deductivo .....                | 25 |
| 3.3.              | Técnicas .....                           | 25 |
| 3.3.1.            | Entrevista.....                          | 25 |
| 3.3.2.            | Análisis de contenido .....              | 25 |

|                                     |   |    |
|-------------------------------------|---|----|
| 3.4.                                | Instrumentos.....                             | 25 |
| 3.4.1.                              | Test.....                                     | 25 |
| 3.5.                                | Población.....                                | 25 |
| 3.6.                                | Muestra: .....                                | 26 |
| 3.6.1.                              | Unidades de análisis.....                     | 26 |
| CAPÍTULO IV .....                   |   | 29 |
| 4.                                  | ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....  | 29 |
| 4.1.                                | Entrevista Sr. Reinaldo Endara .....          | 29 |
| 4.2.                                | Entrevista Sr. Luis Zurita .....              | 34 |
| 4.3.                                | Entrevista Sr. Raúl Carrera Chalá .....       | 35 |
| 4.4.                                | Portadas del periódico DIARIO NORTE .....     | 39 |
| 4.5.                                | Portadas del periódico DIARIO LA HORA.....    | 48 |
| 4.6.                                | Portadas del periódico DIARIO LA VERDAD ..... | 59 |
| CAPÍTULO V .....                    |   | 66 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... |   | 66 |
| 5.1.                                | Conclusiones.....                             | 66 |
| 5.2.                                | Recomendaciones.....                          | 67 |
| CAPÍTULO VI .....                   |   | 68 |
| 6.                                  | PROPUESTA.....                                | 68 |
| 6.1.                                | Título de la Propuesta .....                  | 68 |
| 6.2.                                | Justificación e Importancia .....             | 68 |
| 6.3.                                | Fundamentación.....                           | 68 |
| 6.4.                                | Objetivos: .....                              | 69 |
| 6.4.1.                              | Objetivos General .....                       | 69 |
| 6.4.2.                              | Objetivos Específicos.....                    | 69 |
| 6.5.                                | Ubicación sectorial y física .....            | 69 |
| 6.6.                                | Desarrollo de la Propuesta. ....              | 69 |

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| 6.6.1. Formato de papel.....       | 69 |
| 6.6.2. Medidas .....               | 69 |
| 6.6.3. Contrastes .....            | 70 |
| 6.6.4. Jerarquías .....            | 71 |
| 6.6.5. Alineación de texto.....    | 72 |
| 6.6.6. Una buena legibilidad ..... | 73 |
| 6.6.7. Maquetación .....           | 73 |
| 6.6.8. Proporción aurea .....      | 74 |
| 6.6.9. Retícula.....               | 74 |
| 6.6.10. Imágenes .....             | 76 |
| 6.6.11. Yuxtaposición .....        | 76 |
| 6.6.12. Portada .....              | 76 |
| 6.6.13. Contraportada.....         | 77 |
| 6.6.15. Contenido .....            | 79 |
| 6.7. Impactos.....                 | 79 |
| 6.8. Difusión .....                | 79 |
| BIBLIOGRAFÍA.....                  | 81 |
| ANEXOS.....                        | 83 |
| ANEXO 1 .....                      | 84 |
| ANEXO 2 .....                      | 85 |
| ANEXO 3 .....                      | 86 |
| ANEXO 4 .....                      | 88 |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|  |    |
|--|----|
| Gráfico 1 Secciones en medios impresos.....                                    | 8  |
| Gráfico 2 Retícula de 8 campos .....   | 10 |
| Gráfico 3: Árbol de Munsell .....  | 12 |
| Gráfico 4 El ojo humano .....  | 15 |
| Gráfico 5 Portadas del periódico diario Norte 1 de Agosto de 1987 .....        | 39 |
| Gráfico 6 Portadas del periódico diario Norte 1 de Octubre de 1990 .....       | 40 |
| Gráfico 7 Portadas del periódico diario Norte 1 de Noviembre de 1991 .....     | 41 |
| Gráfico 8 Portadas del periódico diario Norte 1 de Octubre de 1996 .....       | 42 |
| Gráfico 9 Portadas del periódico diario Norte 1 de Septiembre de 1999.....     | 43 |
| Gráfico 10 Portadas del periódico diario Norte 1 de Enero del 2003.....        | 44 |
| Gráfico 11 Portadas del periódico diario Norte 1 de Junio 2005.....            | 45 |
| Gráfico 12 Portadas del periódico diario Norte 1 de Enero del 2008.....        | 46 |
| Gráfico 13 Portadas del periódico diario Norte 3 de Noviembre del 2015 .....   | 47 |
| Gráfico 14 Portadas del periódico diario La Hora 1 de Septiembre 1986.....     | 48 |
| Gráfico 15 Portadas del periódico diario La Hora 1 de Julio de 1989.....       | 49 |
| Gráfico 16 Portadas del periódico diario La Hora 30 de Abril de 1990 .....     | 50 |
| Gráfico 17 Portadas del periódico diario La Hora 31 de Diciembre 1991 .....    | 51 |
| Gráfico 18 Portadas del periódico diario La Hora 15 Octubre 1993 .....         | 52 |
| Gráfico 19 Portadas del periódico diario La Hora 13 de Enero 1994.....         | 53 |
| Gráfico 20 Portadas del periódico diario La Hora 1 de Diciembre 1997 .....     | 54 |
| Gráfico 21 Portadas del periódico diario La Hora 1 de Junio 2002.....          | 55 |
| Gráfico 22 Portadas del periódico diario La Hora 4 de Octubre del 2004.....    | 56 |
| Gráfico 23 Portadas del periódico diario La Hora 5 de Diciembre del 2009 ..... | 57 |
| Gráfico 24 Portadas del periódico diario La Hora 2 de Octubre el 2015.....     | 58 |
| Gráfico 25 Portadas del periódico diario La Verdad 3 de Enero 1987 .....       | 59 |
| Gráfico 26 Portadas del periódico diario La Verdad 2 de Marzo 1988 .....       | 60 |
| Gráfico 27 Portadas del periódico diario La Verdad 1 de Julio del 2003 .....   | 61 |
| Gráfico 28 Portadas del periódico diario La Verdad 1 de Mayo del 2004 .....    | 62 |
| Gráfico 29 Portadas del periódico diario La Verdad 1 de Febrero del 2007 ..... | 63 |
| Gráfico 30 Portadas del periódico diario La Verdad 2 de Julio 2010 .....       | 64 |
| Gráfico 31 Portadas del periódico diario La Verdad 3 de Julio 2010 .....       | 65 |
| Gráfico 32 Retícula para el libro .....  | 75 |
| Gráfico 33 Mediciones de la retícula .....                                     | 75 |

|   |    |
|---|----|
| Gráfico 34 Portada del libro .....      | 77 |
| Gráfico 35 Contraportada del libro..... | 77 |
| Gráfico 36 Lomo del libro .....         | 78 |

### ÍNDICE DE TABLAS

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| Tabla 1 Significado del color..... | 17 |
| Tabla 2 Resumen .....              | 28 |



## INTRODUCCIÓN

En el 2013 en Ecuador por primera vez se aprueba y entra en vigencia la Ley Orgánica de Comunicación que tiene por objetivo y ámbito “desarrollar, proteger y regular, en el ámbito administrativo, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos constitucionalmente” (Asamblea Nacional, 2013, p. 3). En esta ley que responde a una necesidad social se ampara a la comunicación y la libertad de expresión bajo un organismo de control.

El artículo 5 de la Ley de Comunicación define y especifica a los medios de comunicación social, donde se incluyen a “(...) empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión” (Asamblea Nacional, 2013, p. 3), siempre y cuando estas a través de su soporte en audio y vídeo o impreso, “prestan el servicio público de comunicación masiva (...) cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet” (Asamblea Nacional, 2013, p. 3).

En la provincia de Imbabura, la industria gráfica desarrolla una alta producción y ganancias. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) esta industria mueve un capital de producción de \$ 1.211.874 (Ministerio de coordinación de empleo y producción, 2011).

La evolución de los periódicos impresos es un fenómeno que como parte de la globalización llega a grandes ciudades capitales como a pequeños rincones de los países. Ibarra no es la excepción y cuenta con el diario El Norte y diario La Hora que se diagraman e imprimen en la ciudad para la distribución en toda la provincia. Estos periódicos tienen gran acogida en sus versiones impresas.

En el diseño editorial se requiere fundamentos teóricos asimilados por los profesionales en su proceso de formación, sin embargo, existen tendencias mundiales en cuanto a usos de la imagen, el color, la tipografía, y en este proyecto se trata de enfocarse en las tendencias locales del diseño de portadas que han marcado el mundo del diseño periodístico en los últimos 5 años.

En el 2012, diario El Comercio publica una reseña de Diario La Verdad por sus 67 años de historia en las provincias de Imbabura y Carchi. Ahí se menciona a su creador,

monseñor Leónidas Proaño, quien al fundar este medio de comunicación no imaginó que con el tiempo llegaría a convertirse en un referente a nivel regional. Con el paso de los años, La Verdad fue tomando forma y adquiriendo matices que marcarían su estilo. “Quizá una muestra de su línea editorial se refleja en las 19 247 ediciones impresas que puso en circulación a lo largo de 67 años y 295 días” (El Comercio, 2012, párr.4).

El 14 de mayo que iba a cumplir 68 años de creación y así se extingue un diario ibarreño, por aspectos económicos y otras dificultades, esto llama a la reflexión de cómo están siendo administrados los periódicos nacionales, regidos por una reciente ley de comunicación, controlados por distintos organismos, vigilados día a día por los lectores, quienes pasan las hojas y se informan de los acontecimientos diarios de su ciudad, provincia, país y región, quienes juzgan y confían en las fuentes, critican los detalles gráficos, comentan las novedades ahí leídas.

## CAPÍTULO I

### 1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1. Antecedentes

La identificación del diseño gráfico ha sido un tema de interés de la comunidad científica en las últimas décadas. El estudio de la psicología del color es un ítem valioso en la propuesta de indicadores para la gestión comunicacional del medio impreso, proyecto realizado en donde plantean:

Gestionar en función de manifestar la expresividad del color; las composiciones desde la cuatricromía impactan más que desde la monocromía. Tener presente el valor a proyectar desde toda su extensión y la influencia y significado del color, que se determinará desde el entorno del receptor”. **(Linares Y Gonzalez, 2015, p. 145)**

Así pues, se aprecia las recomendaciones emitidas luego de hacer el estudio, cabe resaltar que el estudio del color elaborado desde la psicología, también se respalda en razones físicas y la fisiología.

Un ejemplo del interés en el color en medios impresos es el de La evolución del código cromático de las portadas de ABC, 1936-1939, realizado con el fin de hacer “un estudio sobre el tratamiento iconográfico de las portadas del diario ABC durante la contienda civil española (1936-1939). Se hace sobre todo especial hincapié en la utilización del color como elemento significativo en el desarrollo de la guerra civil” **(Pérez, 2008, p. 174).**

Este proyecto investiga cómo influye el contexto social sobre el uso del color en las portadas de la revista antes mencionada, un hecho como una guerra es un evento que modifica un escenario de forma drástica, las experiencias de toda la vida se enlazan a colores y a significados asignados por lo que el color adquiere nuevos conceptos desde el simbolismo.

Es España el país en donde se estructura el primer estudio sobre el diseño de diarios líderes en América Latina, España y Portugal. Es un precedente llamado *La Prensa*

*Latinoamericana ante el Siglo XXI: 25 años de diseño periodístico*, este estudio fue realizado por la Universitat Pompeu Fabra y su carrera de Disseny Periodistic en el 2001. El objetivo de este estudio se centró, como ellos los señalan, en “el análisis de la utilización de los elementos formales que conforman un diario, en relación al desarrollo editorial y tecnológico que se ha producido en los medios impresos latinoamericanos” (**Universitat Pompeu Fabra, 2001, p.12**), es decir que analizan en detalle los elementos gráficos que intervienen en el diseño editorial. Este informe cuenta con una muestra de 51 diarios de 20 países que conforman una selección representativa de la prensa en Latinoamérica, España y Portugal.

Estos tres proyectos muestran a la variable del color como un factor atractivo para profundizar una investigación y su estudio posibilita tener mejores herramientas para tomar decisiones en cuanto a su uso.

## **1.2. Planteamiento del problema**

Desde el periodismo investigativo se recopila información y se da un tratamiento profesional a cada nota corta como a cada reportaje que a futuro será impreso y distribuido a toda la provincia, este tratamiento de la información poco a poco con los años ha ido evolucionando conforme a las leyes que lo rigen.

En el diseño del periódico se procesa la información para diagramar y tomar decisiones de diseño como la tipografía, la selección de fotografías o imágenes relacionadas al tema, además del uso del color como una variante que transmite información complementaria.

El desarrollo tecnológico sumado con la evolución del periodismo ha servido para dar paso al mejoramiento de la calidad de periódicos, desde la creación de nuevas impresoras y tecnologías que permiten la impresión a color en una sola pasada con esto se disminuye costos de producción y optimización de tiempos.

Los periódicos que están vigentes en el país han sido los que se adaptaron tanto al desarrollo periodístico como al tecnológico, es por eso que año tras año trazan sus planes estratégicos en los que proponen rediseños editoriales completos en la búsqueda de satisfacer las nuevas demandas de los lectores.

El poder del color es una herramienta comunicativa en manos del diseñador es una variable que despierta mucho interés en la comunidad de investigación de la comunicación visual ya que trasmite información gráfica a través de la percepción de los lectores.

Existe la necesidad de conocer el estado actual del diseño de portadas en los periódicos elaborados en la ciudad de Ibarra, por parte de los estudiantes del campo de la comunicación visual, la rama editorial y por los mismos medios impresos que desconocen el impacto que tiene el diseño de sus publicaciones.

### **1.3. Formulación del problema**

¿Cuál es la evolución del diseño de portadas en los periódicos impresos de la ciudad de Ibarra publicados desde 1987 hasta 2015?

### **1.4. Delimitación**

**Unidades de Observación:** Los Periódicos impresos locales: La Verdad, El Norte y La Hora.

**Delimitación Espacial:** Todos los periódicos impresos de circulación masiva de la ciudad de Ibarra.

**Delimitación Temporal:** ediciones impresas de diferentes fechas comprendidas entre el período del 1987 hasta el 2015.

### **1.5. Objetivos**

#### **1.5.1. Objetivo General**

Identificar la evolución del diseño de portadas en los periódicos impresos de la ciudad de Ibarra publicados desde 1987 hasta 2015.

#### **1.5.2. Objetivos Específicos**

1. Investigar sobre diseño de periódicos, teoría, psicología y fisiología del color mediante investigación bibliográfica para sustento teórico de este proyecto.

2. Determinar las tendencias locales del diseño de portadas en los periódicos impresos de Ibarra mediante investigación de campo para el análisis de la situación actual.
3. Compilar los resultados de la identificación del diseño de portadas en los periódicos impresos copilado en un libro para su difusión.

## **1.6. Justificación**

El manejo mediático de la información como un poder extraoficial del Estado, cada vez cobra más fuerza, entre las herramientas que utiliza está el diseño editorial para los medios impresos, dentro de este tipo de diseño se toma los textos o copy de la mano de un redactor especializado y es el diseñador gráfico el que toma decisiones específicas para comunicar: selección de tipografías, empleo de fotografías o imágenes y el uso del color.

La experiencia del color es un fenómeno inherente al hombre, tanto que no nos damos cuenta de lo necesario que es para nuestra cotidianidad. Sentido de la dirección, seguridad, nivel de precaución, tranquilidad, alerta, son tal sólo algunas de las sensaciones que interceptan nuestro sentido visual al percibir un color. **(Ghinaglia, 2012, p. 8)**

El color es el segundo elemento más importante en la comunicación visual, recordando que el primero es la forma, el mensaje visual se compone de varias partes que se relacionan por un concepto común. Los diseñadores gráficos que laboran en el área de diseño y diagramación deben estar en constante capacitación para comprender los fenómenos sociales y culturales que sirven de contexto para la comprensión de un mensaje.

“La psicología del color consiste en lazos culturales que pueden cambiar con el tiempo y la ubicación; no es una ciencia exacta y aún se basa de manera muy general en evidencias anecdóticas” (Peterson, 2009). Como el texto citado lo indica la psicología depende de la forma en la que se conoció al color o experiencias que lo modificaron o le dieron nuevos significados por lo que es importante realizar estudios de percepción del color con una óptica abierta y ubicada en un contexto local.

Existen tendencias mundiales que marcan el estilo editorial en los periódicos de mayor

difusión, es importante conocer a nivel local que características marcan estas tendencias gráficas, ya que dotan de lineamientos generales que pueden servir de guía en el diseño. En Imbabura reina la incertidumbre con respecto a estos estudios ya que no se los ha realizado y son necesarios para conocer el estado actual del diseño periodístico local.

Este proyecto ayudará de manera directa a los periódicos locales ya que podrán contemplar los resultados de la identificación del diseño de portadas que les ayudará a mejorar en caso de haber falencias. Otro grupo de beneficiarios directos son los profesionales del diseño editorial ya que contarán con una guía básica de aciertos y las tendencias mundiales. Además, la academia será beneficiada ya que será pionera en apoyar este tipo de identificación tan necesarios. Entre los beneficiarios indirectos esta la ciudadanía imbabureña porque recibirá en el futuro periódicos que contengan una información procesada con mejor calidad visual.

Los periódicos locales vigentes: diario El Norte y diario La Hora ya mostraron interés en colaborar con la investigación local y también el claustro docente de diseño y publicidad de la UTN siente interés de apoyar al mejoramiento de la calidad visual y editorial de los periódicos desde este aporte investigativo.

Finalmente cabe resaltar el hecho de que ya se cuenta con los recursos tecnológicos y recursos humanos necesarios para la planificación y ejecución del presente trabajo de grado.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Fundamentación Teórica

##### 2.1.1. Diseño editorial de periódicos

Entre las diferentes aplicaciones del diseño gráfico existe una específica que centra su estudio en la organización de información editorial por lo que toma el nombre de diseño editorial, en ese campo se requiere dar tratamiento a información para un público específico.

Para hacer piezas comunicacionales de diseño editorial se necesita definir un soporte, formato, extensión, el tipo de contenido a comunicar, tipos de diagramación, es importante contar desde el principio del proyecto con los recursos visuales como es la tipografía, las imágenes y la paleta de colores para definir un estilo acorde a los requerimientos del diseño.

La estructura básica del diseño editorial pensada para medios impresos se ha visto obligada a adaptarse a los nuevos medios informativos digitales. El «ancho por alto», las dos dimensiones básicas, han dejado paso a nuevas fórmulas, donde no solo conviven el texto y las imágenes, sino que deben combinarse ambos elementos con otros nuevos como los audiovisuales y el hipertexto. El diseño ha ganado en profundidad, al tiempo que busca formas de adaptarse a los nuevos soportes, principalmente tabletas y Smartphone”. **(Yunquera, 2015, p. 133)**

##### 2.1.2. Soporte

En el diseño gráfico se trabaja en una superficie sobre la que se va a colocar los elementos comunicacionales y esta base se denomina soporte, ya puede ser un soporte físico como el caso de un diseño que se lo reproduce en papel y es un impreso o un soporte digital que se lo visualiza en pantallas y se considera como un soporte digital.



### 2.1.3. Formatos

El catedrático José Ignacio Armentia en su investigación titulada “Factores que determinan el diseño de la prensa diaria” propone una reflexión sobre cómo influye el factor geográfico en la morfología de un diario. Si bien, menciona el autor, muchos países utilizan el formato sábana para la circulación de prensa seria, dejando al tabloide para los diarios sensacionalistas, en la actualidad se han roto los estándares en relación a los formatos en medios impresos.

Es cierto que en el Reino Unido y en Estados Unidos tabloide es sinónimo de sensacionalismo. Sin embargo, en España todos los diarios han optado por dicho formato. En Francia, publicaciones de clara vocación informativa como Liberación también son tabloides; al igual que sucede con el prestigioso La República de Roma. Conviene, por lo tanto, conocer cuáles son las características formales generales de la prensa de un país, para poder entender las grandes diferencias de diseño que se presentan entre diarios que, aun encuadrándose en el mismo modelo de periódico e imprimiéndose en el mismo formato, son editados en diferentes estados.

**(Armentia, 2011, p. 3)**

Deja clara la visión de que un mismo formato de diario puede llevar un contenido distinto del que por excelencia era utilizado. Estas decisiones dependen del contexto social y cultural en que se está desarrollando. Así se presenta a continuación los formatos DIN y las medidas estandarizadas, recordando que en el diseño editorial no existen reglas estrictas ni combinaciones mágicas, todo es resultado de esfuerzos por comunicar de forma clara. “Otra forma de determinar el formato de una página es como resultado de la división del papel de impresión de 70 x 100.”

Tamaños:

- 25 x 35 cm
- 17, 50 x 25 cm
- 12,5 x 17,50 cm.

Formatos DIN Deutsche Institut fur Normung

Serie formada por rectángulos que, divididos por dos, proporcionan otro rectángulo con las mismas proporciones.

El pliego de papel fabricado, mide 1 metro cuadrado y la medida de sus lados guardan una proporción tal, que, dividiéndolo al medio en su longitud, cada una de las mitades siguen guardando la misma relación entre sus lados que el pliego original". (tusflyers, 2012)

Por otro lado, el tabloide de 43 cm x 28 cm, es otro formato generalizado para realizar publicaciones periódicas.

#### 2.1.4. Contenido

Los periódicos o diarios contienen noticias actuales, y existen diarios de ámbito general que contienen todo tipo de información, sin embargo, también existen los diarios que poseen contenidos seleccionados y especializados en un solo tema como son los periódicos de índole deportivo, económico o cultural entre otros. Estos apartados o secciones como se conocen usualmente, pueden estar divididos en:

**Gráfico 1 Secciones en medios impresos**



Fuente: (profesorenlinea)

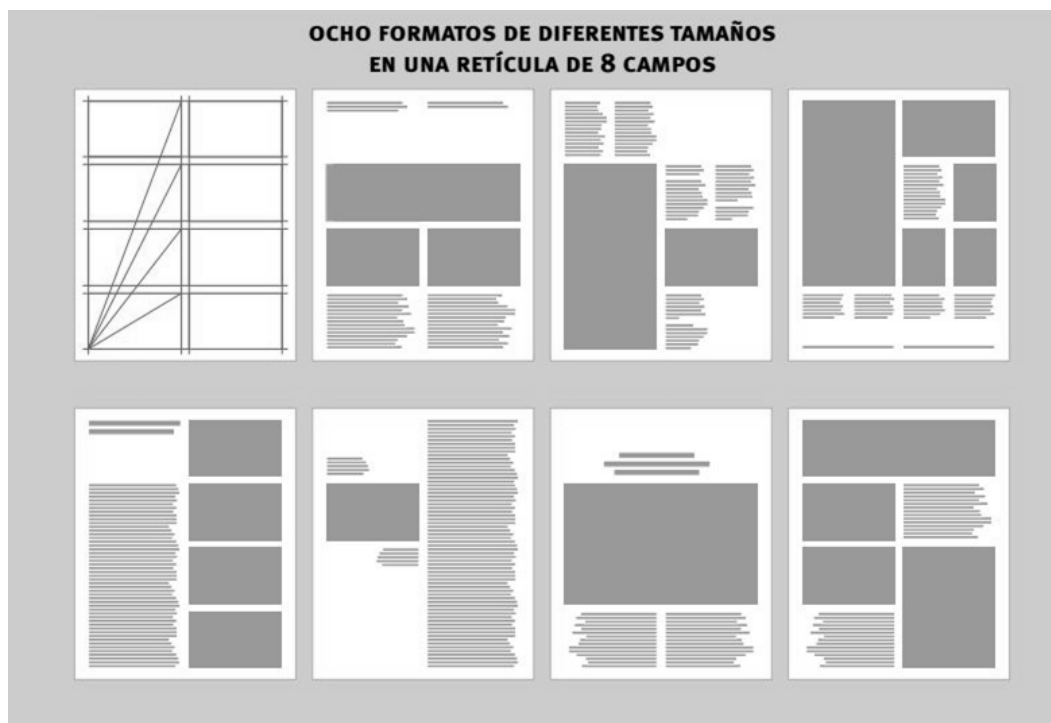
- **Política internacional:** En esta sección se analizan los conflictos políticos de países ajenos al lugar de origen del periódico.
- **Política Nacional:** Hace un recorrido por la actualidad política nacional.
- **Economía:** En relación al contexto próximo e internacional, analiza el mundo económico, sus variantes y sus consecuencias.
- **Cultura:** Se tratan de noticias de corte cultural, tanto a nivel internacional como nacional.
- **Laboral:** Accede a los hechos más importantes a nivel nacional, sobre los temas relacionados al trabajo.
- **Sucesos:** recoge información sobre accidentes, delitos, catástrofes naturales, etc.
- **Local:** Informa sobre la información más relevante a nivel local.
- **Deportes:** Información deportiva nacional e internacional.
- **Educación:** Expone hechos relacionados con la enseñanza en todos los niveles.
- **Ciencias:** Se trata de temas de interés para el público, traídos desde la comunidad científica a nivel internacional y nacional.
- **Religión:** Recoge noticias referidas a las diferentes comunidades religiosas, la fe, las iglesias, entre otros aspectos dogmáticos.
- **Sociedad:** Informa sobre noticias relacionadas con el hombre, principal protagonista de la sociedad.
- **Opinión:** Se trata de una sección dedicada a difundir los pensamientos de colaboradores, que utilizan este espacio para abordar temas de interés y actualidad, desde su perspectiva.
- **Editorial:** Es el pensamiento del medio de comunicación, a través de este se refleja la postura o línea editorial del medio.

### 2.1.5. Diagramación reticular

En el texto *Diseño con y sin retículas* de Samara (2004) se encuentra una explicación de los tipos de retículas existentes: manuscrita, columnas, modular y jerárquica. En el diseño editorial de periódicos se usa la retícula modular ya que ayuda a gestionar los espacios de mejor manera, ya que “los módulos pequeños proporcionan mayor flexibilidad y precisión” (Samara, 2004, p. 28).

El autor explica que “entre los años cincuenta y ochenta, la retícula modular se asoció a un orden político o social ideal” (p.28). Es decir, su orden y objetividad, reducción de elementos y claridad total, le dio el prestigio de ser el arte visual más acoplado a los estándares posibles.

#### **Gráfico 2 Retícula de 8 campos**



Fuente: (Samara, 2004, p. 28)

### 2.1.6. Recursos

La comunicación visual cuenta con diferentes recursos como son las imágenes y las letras, el cerebro humano decodifica en primer lugar las formas y luego la información que tienen los colores.

### 2.1.7. Imagen

Para comunicar un mensaje visual con imágenes, es importante crear o usar imágenes que tengan pertinencia y calidad, desde la resolución, el tamaño, encuadre, jerarquías, y tratamientos o retoques. Se puede considerar como imagen a íconos o pictogramas, a mapas cartográficos, a esquemas o gráficos estadísticos, a dibujos e ilustraciones más complejas, finalmente a la fotografía que es la representación más cercana a la realidad.

### 2.1.8. Tipografía

En el diseño del periódico es importante la selección y uso de tipografías que se realizan, ya que estas decisiones afectarán directamente la percepción del lector. Los diarios eligen una familia tipográfica que tenga variantes para contrastar y aprovechar la elección, además combinan tipografías sin abusar de ello.

La elección de la tipografía determinará la visibilidad y la legibilidad del texto en el medio de comunicación. En este sentido, la elección de las fuentes tipográficas es de vital importancia, ya que la visibilidad hace referencia a la forma del tipo o carácter independiente, de manera que la legibilidad implica la velocidad y facilidad con que se lea un texto. (Ramirez, 2015, p. 6)

### 2.1.9. Color

En el diseño editorial que se realiza para crear periódicos el color es un código visual importante que permite agregar información para el lector. Existe la variable de color tipográfico, que es una opción que pocos diarios emplean para reforzar el mensaje en la comunicación.

### 2.1.10. Teoría del color

La luz permite percibir el color y fue Isaac Newton (1642-1727) quien hace la clasificación del espectro del arcoíris, graficado en un círculo cromático ya que, Newton dejó pasar un pequeño haz de luz blanca a través de un orificio, interceptó esa luz con un pequeño cristal, un prisma de base triangular, y vio (percibió) que al pasar por el cristal el rayo de luz se descomponía y aparecían los seis colores del espectro reflejados en la pared donde incidía el rayo de luz original: rojo, anaranjado,

amarillo, verde, azul, añil y violeta. Newton concluyó que “el color no existe y no es una característica de un objeto sino una apreciación subjetiva” (De Los Santos, 2011, p.1). Existe entonces el color luz y el color pigmento detallados a continuación:

#### 2.1.10.1. Mezclas aditivas

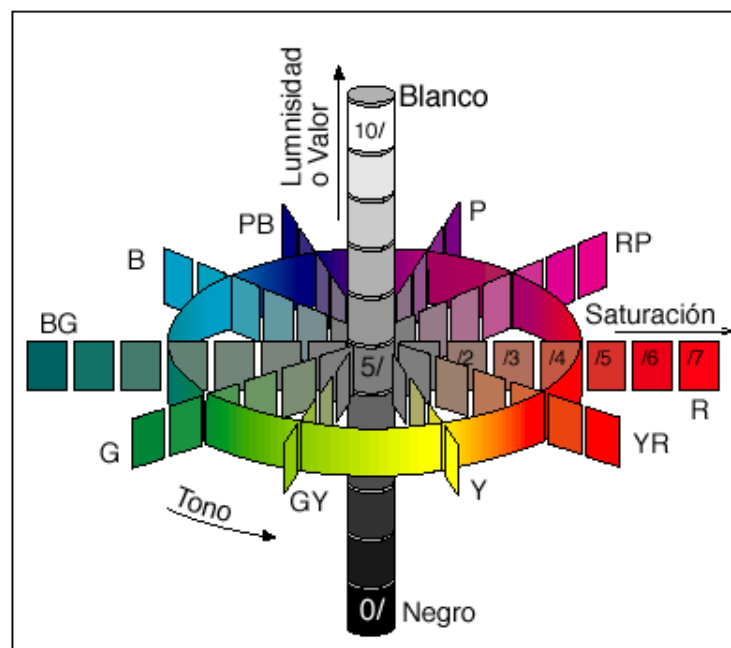
Las mezclas aditivas llamadas también colores luz son las que proviene de una fuente luminosa y coloreada, son el color rojo, azul y verde la suma de los tres colores da como resultado el blanco, en inglés se lo conoce como RGB.

Las mezclas sustractivas se refieren a los colores pigmento o colores materia como temperas, acuarelas, óleos, son el amarillo, cian y magenta que combinados resulta el negro que es la ausencia de luz, en inglés se lo llama CMYK. (Coastes Y Ellison, 2014, p.26)

#### 2.1.10.2. Propiedades del color

Las propiedades del color son básicamente, elementos diferentes que hacen único un determinado color, le hacen variar su aspecto y definen su apariencia final. Ellas están basadas en uno de los modelos de color más aceptados actualmente, realizado por Albert Munsell en 1905.

#### Gráfico 3: Árbol de Munsell



Fuente: (De Los Santos, 2011)

a. Matiz

Es el color en estado puro, en atributo que permite diferenciar un color de otro en su esencia. Se asocia con la tonalidad de un color, Por lo que algunos autores lo llaman *Tono*. Es el nombre de un color, y la cualidad que lo define con relación al resto de los colores en el círculo cromático. Es el color del color **(De Los Santos, 2011)**.

b. Valor

Es la cualidad por la que diferenciamos a un color claro de uno oscuro. Se refiere a la luminosidad de un color, es decir, a la cantidad de luz que este refleja. Esta cualidad permite clasificar a un color como equivalente a alguno de los grises de una escala que vaya del blanco al negro. El valor varía, añadiendo negro o blanco a un tinte, para restar o adicionar o claridad **(De Los Santos, 2011)**.

c. Saturación

Es la cualidad que describe el grado de pureza de un color. Un color Saturado es aquel que no está mezclado con blanco, gris o negro; se percibe como totalmente puro. La saturación se interpreta como lo agrisado o no que se encuentre un color, por lo tanto, para producir colores poco saturados, basta con mezclar al Tinte con cualquiera de los grises de la escala **(De Los Santos, 2011)**.

2.1.10.2. *Armonía de Color*

Una rueda de color básicamente ordena de forma secuencial la progresión de los colores que forman el espectro visible, desde el rojo hasta el violeta. En color, armonizar significa coordinar los diferentes valores que el color adquiere en una composición, es decir, cuando en una composición todos los colores poseen una parte común al resto de los colores componentes. La armonía son las combinaciones en las que se utilizan modulaciones de un mismo matiz, o también de diferentes matices, pero que mantienen una cierta relación con los colores elegidos. **(De Los Santos, 2011)**

#### a. Armonía en Complementarios

Se encuentran simétricos respecto del centro de la rueda. El matiz varía en  $180^\circ$  entre uno y otro. Estos colores se refuerzan mutuamente, de manera que un mismo color parece más vibrante e intenso cuando se haya asociado a su complementario. Estos contrastes son, pues, idóneos para llamar la atención y para proyectos donde se quiere un fuerte impacto a través del color **(De Los Santos, 2011)**.

#### b. Armonía en adyacentes

Tomando como base un color en la rueda y después otros dos que equidisten del complementario del primero. El contraste en este caso no está marcado. Puede utilizarse el trío de colores complementarios, o sólo dos de ellos **(De Los Santos, 2011)**.

#### c. ARMONÍA EN ANALOGÍAS

Escala de colores entre dos siguiendo una gradación uniforme. Cuando los colores extremos están muy próximos en el círculo cromático, la gama originada es conocida también con el nombre de colores análogos. En razón de su parecido, armonizan bien entre sí. Este tipo de combinaciones es frecuente en la naturaleza **(De Los Santos, 2011)**.

#### d. ARMONÍA EN TRIADAS

Tres colores equidistantes tanto del centro de la rueda como entre sí, es decir formando  $120^\circ$  uno del otro. Versiones más complejas incluyen grupos de cuatro o de cinco colores, igualmente equidistantes entre sí (situados en los vértices de un cuadrado o de un pentágono inscrito en el círculo) **(De Los Santos, 2011)**.

#### e. CONTRASTE

Los colores ejercen influencia sobre los observadores, atrae la atención del que lo percibe; tiene capacidad de expresión y provoca una reacción y una emoción; constituye un significado propio y tiene el valor de un símbolo de comunicar una idea **(De Los Santos, 2011)**.



### 2.1.10.3. *Sistemas de color*

#### a. Sistema de Munsell

El árbol de Munsell ha demostrado su eficacia en los ámbitos de la manufactura, el arte, la ilustración y el diseño, y en él se basan muchos sistemas industriales de especificación cromática estándar. Su principal inconveniente es que la selección de los colores reales del árbol obedece tanto a la subjetividad de Munsell como a su método o científico. De esta manera resulta fácil asumir la notación de Munsell para cualquier color, a partir de sus características visibles. La práctica continuada del Sistema conlleva a un notable grado de precisión en la apreciación cromática **(De Los Santos, 2011)**.

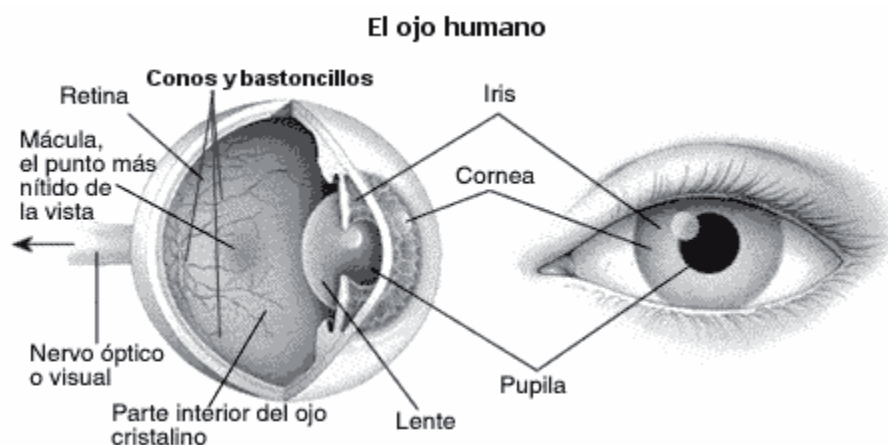
- Sistema de Koppers

De esta forma se logra obtener tablas conteniendo miles de combinaciones posibles de color de las diferentes tintas entre sí, interactuando con el negro.

### 2.1.11. *Fisiología del color*

En el fondo del ojo (retina) existen millones de células (papilitas) que tienen como objetivo procesar la información visual y enviar la misma al cerebro, conduciendo esta información a través de los nervios ópticos. Es ahí que el cerebro se encarga de construir la sensación del color.

#### **Gráfico 4 El ojo humano**



Fuente: (De Los Santos, 2011)

En este proceso influyen también los bastones y conos que son elementos complementarios al momento de percibir los colores, pues ambos perciben la iluminación, sin la cual el ojo no diferenciaría color, viéndolo todo en blanco y negro.

Finalmente, no estaría completo el análisis de la fisiología del color sin tomar en cuenta el espectro visible. Se debe recordar que la luz tiene un espectro electromagnético, del cual únicamente es visible para el ser humano “entre 400 nanómetro para el violeta y 700 nanómetros para el rojo” (De Los Santos, 2011, p.12).

Por lo que se concluye que siempre que el color pueda ser perceptible se abarca en la fisiología del color.

#### 2.1.12. Psicología del color

Se conoce muchos más sentimientos que colores, Por eso, cada color puede producir muchos efectos distintos, a menudo contradictorios.

Un mismo color actúa en cada ocasión de manera diferente. El mismo rojo puede resultar erótico o brutal, inoportuno o noble. Un mismo verde puede parecer saludable, o venenoso, o tranquilizante. Esto se produce porque ningún color aparece aislado; cada color está rodeado de otros colores.

##### 2.1.12.1. *Significado por color*

El mundo está compuesto por colores y sus variaciones. Sin embargo, sus combinaciones y usos en las diversas áreas, están ligados a las connotaciones que tiene cada uno de ellos. Es así que, dependiendo de la gama de colores que se utilice que lleguen a experimentar diversas sensaciones.

En la Tabla 1 se reflejan los significados asociados a los colores más destacados y utilizados en el medio publicitario.

**Tabla 1 Significado del color**

| Color    | Significado  | # |
|----------|--|---|
| Amarillo | <p>Sentimientos contradictorios.</p> <p>-Optimismo, enojo, iluminación, entendimiento, acción, poder, arrogancia, voluntad y estímulo</p>  |   |
| Azul     | <p>Se asocia con el mar y el infinito</p> <p>-Esperanza, constancia, fidelidad, serenidad, generosidad, verdad, libertad, melancolía, calma, dignidad y salud.</p>                                   |   |
| Blanco   | <p>Vinculado al nacimiento y resurrección.</p> <p>- Luz, unidad, paz o rendición, pureza, modestia, positivismo, estimulante, luminoso, brillante, delicado, puro, castidad, inocencia y verdad.</p> |   |
| Café     | <p>Se asocia a lo antipático, aunque actualmente aceptado en el mundo de la moda.</p> <p>- Antipático, anti erótico, desagradable, anticuado, del pasado.</p>  |   |
| Gris     | <p>Color neutro y pasivo.</p> <p>- Indecisión, ausencia de energía, expresa duda, melancolía, mediocridad, aburrido, resignación, pasividad, humildad, soledad y vacío.</p>                          |   |
| Naranja  | <p>- Entusiasmo, exaltación, diversión, sociabilidad,</p>  |   |

|        |   |   |
|--------|---|---|
|        | sabor, gusto, aromático, llamativo, peligro, inadecuado, subjetivo, original.   |    |
| Negro  | Ausencia de todos los colores.<br><br>- Duelo, fin, muerte desgracia, oscuridad, noche misterio, desesperanza, terror, horror, maldad, satanismo, crimen, malo, mentira, magia, fuerza autoafirmación, sucio, egoísmo, temor ilegal, violencia, brutalidad, estrecho, duro, pesado. |    |
| Rojo   | Denominación cromática más antigua de la historia.<br><br>- Amor, odio, pasión, dinamismo.  |    |
| Rosado | - Encanto, cortesía, sensibilidad, sentimental, agradable, femenino, amabilidad, infancia, manso, pequeño, nobleza, inocencia.  |   |
| Verde  | -Naturaleza, vida, salud, esperanza, juventud, lealtad, promesa.  |  |

Fuente: (Baeza, 2010)

Cada descripción anteriormente citada describe las propiedades del color y su relación con las sensaciones más comunes y coincidentes de las personas en respuesta a esos colores.

Existen amplios estudios acerca del color, cabe resaltar que Claudio Baeza basa su investigación en Santiago de Chile en el 2010 con lo que brinda respuestas de sudamericanos hablando sobre el color.

### 2.1.12.2. *Semiótica del color*

#### **A. Tipos de color**

##### 1. Color denotativo

Este tipo de colores, como su nombre lo especifica, indica la coloración literal de las cosas. La denotación no tiene matices subjetivos, es lo más cercano a la realidad. Por lo tanto, se trata del color “como atributo realista o natural de los objetos o figuras” (Netdisseny, 2011, p. 11). Se puede clasificar este tipo de color en tres categorías: Icónico, saturado y fantasioso.

##### 2. Color connotativo

A diferencia del color denotativa, el significado de este tipo de colores va más allá de lo visualmente perceptible. Se trata de un doble o triple sentido, o asociaciones que se pueda dar a un color. Por lo tanto, para su análisis interviene la psicología del color y el simbolismo del color. Netdisseny (2011) por ejemplo, utiliza el simbolismo de los colores vistos desde el catolicismo, para entender los colores connotativos.

#### **B. Color esquemático**

“El color esquemático es combinable infinitamente con todos sus tonos y matices, pero siempre color plano” (Netdisseny, 2011, p. 14). Se refiere al color distintivo por su relación con la heráldica. Existe el color emblemático como es el caso de la selección de un color para un logotipo con fines prácticos ya que ayuda a identificar el color señalética que es el repertorio sígnico por excelencia, le añade señales al mensaje gráfico, son colores planos y con alta saturación.

## **2.2. Posicionamiento Teórico Personal**

El marco teórico del presente proyecto cumple una función referencial desde las propuestas de otros autores que permite sentar las bases de la investigación del presente proyecto empezando con el abordaje del diseño editorial como una disciplina del diseño que permite la configuración de un contenido en un soporte específico, el diseño periodístico tiene sus bases sobre la maquetación.

La diagramación reticular de Timothy Samara dice que hay varios tipos de retículas como son la manuscrita, columnas, modular y jerárquica, sin embargo, en el diseño editorial de periódicos se usa más la retícula modular para dar espacios de mejor manera, ya que se trabaja con módulos que pueden ser desplazados y aprovechados al máximo.

En la teoría del color estudiado primero por Newton, el círculo cromático dice que la luz se descomponía en seis colores del espectro reflejado en la pared indicando que el rayo de luz es original. El color no existe y no es una característica de un objeto sino una apreciación subjetiva.

Sin embargo, hay la mezcla adictiva más conocida como el RGB que significa los colores de luz que son rojo, azul y verde y la otra mezcla es la sustractiva CMYK que se refiere a los colores de pigmentos estos se los utiliza más en impresos, se trabaja con tintas por el tipo de máquinas. Es necesario conocer las propiedades del color ya que el matiz, valor y saturación son elementos diferentes, pero de mucha importancia al complementarse y definen una apariencia final al color. La combinación de colores son las armonías en las que se utilizan modulaciones de un mismo matiz o diferentes matices pero que mantienen una cierta relación con los colores elegidos, hay también los de contraste son los que provocan una reacción y una emoción esta posee significado propio y tiene el valor de un símbolo de comunicar una idea.

Se dice que la fisiología del color se denomina a la sensación producida en un punto del cuerpo humano, como consecuencia de un estímulo aplicado en otro punto diferente.

La psicología de los colores tiene la capacidad de afectar o influenciar, e incluso de llevar a diferentes sensaciones. Esto es producto de un fenómeno psicofisiológico, como también por un fenómeno puramente psicológico.

Todos estos conceptos dan el fundamento para determinar las variables a ser analizadas en el siguiente capítulo.

### 2.3. Glosario de Términos.

**Acromático:** Qué no tiene color

**Armonía.** Son las combinaciones en las que se utilizan modulaciones de un mismo matiz, o también de diferentes matices, pero que mantienen una cierta relación con los colores elegidos.

**Contraste.** Marcada la diferencia entre un color y otro, entre un tono y otro.

**Cromática:** Ciencia que estudia al color.

**Diseño Editorial.** Es una rama del diseño gráfico que centra sus esfuerzos en la organización de la información dentro de un soporte.

**Editorial:** Sección que recoge la postura u opinión del periódico ante un hecho, suceso o cuestión determinada.

**Fisiología del color.** Estudia los fenómenos físicos que se dan entorno a la vista.

**Gama.** Escala de colores

**Mezclas adictivas.** Son colores de luz los que proviene de una fuente luminosa y coloreada estos son el rojo, azul y verde.

**Mesclas sustractivas.** Se refieren a los colores pigmento o colores materia como temperas, acuarelas, óleos, son el amarillo, cian y magenta.

**Matiz.** Es el color en estado puro, en atributo que permite diferenciar un color de otro en su esencia.

**Psicología del color.** Estudia desde un criterio psicológico la percepción del color.

**Saturación.** Es la cualidad que describe el grado de pureza de un color.

**Tono.** Cualidad que tiene un color con sus variantes del blanco al negro, se usa también valor tonal.

**Tabloide.** Es un formato generalizado para realizar publicaciones periódicas.

**Teoría del color.** Es el resultado de la investigación científica acerca del espectro visible.

**Valor:** El blanco y el negro son los valores de la luz más alto y más bajo respectivamente. El valor de color se refiere a la luminosidad u oscuridad del color.



## **CAPÍTULO III**

### **3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. Tipo de Investigación**

Para este proyecto se realizará una tarea conjunta entre varios tipos de investigación: documental – de campo, a continuación, se argumenta la justificación de cada una:

##### **3.1.1. Documental**

La investigación documental sirvió para la sustentación del marco teórico del proyecto, se reunió información de fuentes secundarias sobre los temas de diseño editorial, diseño periodístico, teoría, psicología y fisiología del color, por último, un enfoque semiótico para el análisis del color.

Esta información acerca del objeto del análisis permitió ampliar los conocimientos teóricos o de investigaciones similares para la elaboración de este trabajo de grado.

##### **3.1.2. De campo**

Para determinar las tendencias locales del diseño de portadas de los periódicos impresos de Ibarra es necesaria la investigación de campo, para la identificación de la situación actual, ya que se necesita indagar en el lugar donde sucede el fenómeno de la selección y uso de colores para el diseño periodístico en Ibarra. La investigación de campo permite observar de cerca el fenómeno y las variables que lo influyen.

##### **3.1.3. De acuerdo al nivel de profundidad**

#### **a. DESCRIPTIVA**

“Los estudios formulativos o exploratorios y los estudios descriptivos son los dos niveles en los que habitualmente han de trabajar quienes están preocupados por la acción, puesto que permiten elaborar un marco de estudio a partir del cual se deduce una problemática ulterior, o bien

formular un diagnóstico con el fin de conocer carencias esenciales y sugerir una acción posterior”. **(Ander, 1977, p. 40)**

Por lo citado se define que el presente estudio es una investigación descriptiva, ya que pretende conocer la problemática, realizar una identificación y emprender una acción sobre el diseño de portadas de los periódicos.

Se realizará un “estudios de desarrollo” planteado así: “Los estudios de tendencia consisten en obtener datos sobre aspectos sociales, económicos y políticos y en analizarlos posteriormente para identificar las tendencias fundamentales y predecir los hechos que pueden producirse en el futuro.” **(Morales, 2010)**

### **3.2. Métodos:**

#### 3.2.1. Observación científica

Según DIAZ Lidia la observación es: “el proceso mediante el cual se perciben deliberadamente ciertos rasgos existentes en la realidad por medio de un esquema conceptual previo y con base en ciertos propósitos definidos generalmente por una conjetura que se quiere investigar”. **(Díaz, 2011)**. Por esta razón es importante el empleo de la observación como método científico.

La observación permitirá determinar las variables que intervienen en el proceso de diseño al trabajar con colores.

#### 3.2.2. Histórico lógico

El método lógico debe basarse en los datos que proporciona el método histórico, es decir que el método histórico estudia el fenómeno en una trayectoria de tiempo y se complementa con la mirada de la lógica: de las leyes que rigen los procesos. Así este método permite estudiar con objetividad el objeto de la identificación y su cambio en el tiempo definido 1987 al 2015 de los periódicos impresos de Ibarra.

### 3.2.3. Inductivo deductivo

El método inductivo va desde el razonamiento de los hechos particulares hasta llegar a una conclusión general de las cosas, en este caso determinar los factores que intervienen para la identificación de la evolución de los diseños de portadas. En el método deductivo viene de deducir que es sacar una conclusión de algo. Así este método permite conocer las pistas de una investigación hasta formar un todo.

## 3.3. Técnicas

### 3.3.1. Entrevista

Es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que además de adquirirse información acerca de lo que se investiga, tiene importancia desde el punto de vista educativo; los resultados a lograr en la misión dependen en gran medida del nivel de comunicación entre el investigador y los participantes en la misma. Líderes del sector, gerente del diario, editor en jefe.

### 3.3.2. Análisis de contenido

Es una técnica de recopilación de información a base de un estudio de variantes en un grupo de muestras de documentos, en este caso las portadas de los diarios impresos de Ibarra.

## 3.4. Instrumentos

### 3.4.1. Test

Es un cuestionario de preguntas abiertas que se aplicará en la población, en este proyecto es la institución que elabora los periódicos, que se diseña e imprime en la ciudad de Ibarra, después de un sondeo se determinó que los diarios que cumplen estas características son La Hora y El Norte.

## 3.5. Población

Son los editores y diagramadores en el área periodística de Ibarra, que ejerzan funciones en los diarios: La Hora, El Norte y el Diario La Verdad.

El universo de las unidades de análisis equivale al total de ediciones de diarios emitidos desde 1987 hasta 2015, este dato se lo obtuvo estudiando el número de días transcurridos entre estos 28 años, en los que hubo: 7 años bisiestos por lo que da un total de 10.227 días y a su vez el mismo número de diarios impresos por cada día calendario, es decir, que el universo de estudio son las 10.227 ediciones impresas de los periódicos que fueron maquetados e impresos en la ciudad de Ibarra, fruto del trabajo periodístico del equipo de profesionales de los dos diarios antes mencionados. Estos tres diarios y sus portadas serán el universo de la investigación.

### 3.6. Muestra:

#### 3.6.1. Unidades de análisis

Para la presente investigación se realizará un análisis de contenido, para obtener los datos relevantes sobre la evolución del diseño de portadas en los periódicos impresos de Ibarra, por lo que se debe calcular el número de unidades de análisis y la fracción muestra dividida por cada año del análisis.

$$n = \frac{PQ \cdot N}{(N-1) \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

n = Tamaño de la muestra.

PQ = Varianza de la población, valor constante = 0.25

N = Población / Universo

(N-1) = Corrección geométrica, para muestras grandes >30

E = Margen de error estadísticamente aceptable:

0.02 = 2% (mínimo)

0.3 = 30% (máximo)

0.05 = 5% (recomendado. en educación.)

K = Coeficiente de corrección de error, valor constante = 2

$$n = \frac{(0,25) \cdot (10.227)}{(10.227 - 1) \frac{0,05^2}{2^2} + 0,25}$$

$$n = \frac{2.556,75}{(10.226) \frac{0.0025}{4} + 0,25}$$

$$n = \frac{2.556,75}{(10.226)0,000625 + 0,25}$$

$$n = \frac{2.556,75}{6,39125 + 0,25}$$

$$n = \frac{2.556,75}{6,64125}$$

$$n = 384,9$$

Entonces se debe analizar un total de **385 periódicos** impresos de Ibarra, publicados entre el 1987 y el 2015.

Fracción Muestral Estratificada (de cada año a investigar)

$$m = \frac{n}{N} E$$

m = Fracción Muestral

n = Muestra

N = Población/ universo

E = Estrato (Población de cada establecimiento)

Año Regular (21 años)

$$m = \frac{385}{10.227} (365)$$

$$m = 13,7$$

$m = 14$  diarios por año

Año Bisiesto (7 años)

$$m = \frac{385}{10.227} (366)$$

$$m = 13,7$$

$m = 14$  diarios por año

### **Tabla 2 Resumen**

| <b>Años</b>                                     | 21 años      | 7 años      |
|---|--------------|-------------|
| <b>Diario 1</b>                                 | 5 ejemplares | 5ejemplares |
| <b>Diario 2</b>                                 | 5ejemplares  | 5ejemplares |
| <b>Diario 3</b>                                 | 4ejemplares  | 4ejemplares |
| 14 diarios x 28 años = 392 unidades de análisis |              |             |

Elaborado por: Cristina Lligüicota

Una vez que se recopiló toda la información de las 392 portadas de cada periódico, se observó que la mayoría de las portadas se repetían en la diagramación y no había muchos cambios, así que se trató de seleccionar las mejores portadas, las que tengan cambios más drásticos y se obtuvo 113 portadas por los 3 diarios para realizar el libro ya que va ser más didáctico para su difusión.

## CAPÍTULO IV

### 4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Después de haber recolectado la información directa de la población se procede a realizar un análisis de las entrevistas:

#### 4.1. Entrevista Sr. Reinaldo Endara

**Nombre:** Reinaldo Endara

**Cargo:** Diagramador

**Empresa:** Diario la Hora

##### 1. ¿En qué consiste un rediseño del diario?

El rediseño de un diario es buscar la forma en la que visualmente el diario se vuelva más atractivo para el lector, más sencillo de leer, más digerible, en eso consiste el rediseño de un diario.

Es ir cambiando de acuerdo a las necesidades del lector del diario, a los tiempos visuales, a las corrientes o tendencias, actualizarse.

Cuando se hace un rediseño estructural, ya que a diario se va trabajando siempre en ideas nuevas pero basados en un diseño original, el formato del diario, que es el que identifica de una manera a un diario de otro.

**Análisis:** El editor entrevistado explica a la perfección sobre lo que es un rediseño, esto ayuda a clarificar el panorama de la investigación, se define que el diario LA HORA conoce sobre el proceso de rediseño.

##### 2. ¿Cuántos rediseños se ha hecho en el diario desde 1987 al 2015?

Se hizo un cambio total de formatos y estructuras, todos los días se intenta modificar elementos que hagan más atractiva a la noticia.

**Análisis:** La respuesta se la puede obtener como conclusión después de haber analizado los diarios desde el 1987 hasta el 2015 ya que un cambio o rediseño es de tal magnitud visual que se lo percibe de inmediato.

### **3. ¿Cuándo se realizó el último rediseño?**

Se hizo un cambio profundo entre los últimos cinco años.

**Análisis:** El editor indicó que no tiene certeza ya que no lleva tantos años laborando en el diario.

### **4. ¿Por qué se hacen los rediseños?**

El rediseño es integral ya que va desde el concepto gráfico global del diario y va todo, si había una imagen principal pequeña entonces ya la agrandamos, en el diario tratamos que sea más llamativa la noticia, los cambios ya van dependiendo de la noticia, del tema, de la extensión, si tenemos más cifras o menos cifras. Por ejemplo en la portada de plantilla no tengo cifras y en el tema del día sí tengo cifras que quiero aprovechar, le pongo una cifra llamativa entonces el lector tiene a parte del titular principal un apoyo para relacionar la noticia.

**Análisis:** Es importante reconocer la necesidad de actualizarse, un diario enfrenta el reto de afianzar a su público objetivo que cada vez es más voluble por lo que debe estar manejando información de estos grupos constantemente si desea mantenerse competitivo en el mercado de la prensa diaria.

### **5. ¿Qué criterios se usan para saber que es momento de rediseñar un diario?**

Uno de los criterios para hacer un rediseño integral es la necesidad de actualizarse, ya que no es el lector el mismo que teníamos hace veinte años con el que tenemos ahora, las tendencias de lectura han cambiado, si ha bajado un poco la tendencia de extensión de lectura y la tendencias es que la gente se guíe más por lo gráfico, entonces lo que nosotros vamos hacia lo gráfico sin que se descuide el contenido escrito, lo hacemos de tal manera que va el mismo contenido escrito y va con las imágenes que atraigan lo suficiente para que provoque leer toda la noticia y no se quede solamente en el titular.



Otro es de ir pensando en este nuevo grupo de lectores que va creciendo, conocer hacia donde van cada una de las tendencias. También se debe revisar si el diseño del diario va quedando un poco obsoleto o se vuelve aburrido, hay que darle dinamismo, la intención es que el lector se sienta cómodo mientras lee, casi todo entra por los ojos, si llama la atención un buen titular, éste debe ir acompañado de una estructura gráfica para que diga: me interesa leer este periódico.

**Análisis:** Los diseñadores que laboran como diagramadores de prensa escrita deben saber que son parte de una cadena que se relaciona y se retroalimenta para su correcto funcionamiento, ya que si existe un buen proyecto de rediseño de un diario esto constituye en una garantía de calidad, conjugado con el trabajo de los fotógrafos, periodistas, redactores, editores, prensistas, todos son un equipo interdependiente que hace que la noticia llegue a tiempo a la mesa del lector.

## 6. ¿En su diario utilizan plantillas, cómo las usan?

Sí, ya existe un formato o plantillas de hojas de portada, contraportada, páginas de opinión, páginas de clasificados entre otras. Cada página tiene un formato y cuando se hace un diseño se miran plantillas y nosotros en función de la cantidad de información de cada nota, de datos, de elementos que podamos adicionar le modificamos a la plantilla según lo que quede mejor.

Somos un diario nacional, entonces en las diferentes regionales, tenemos que usar estas plantillas, es una norma para que haya cierta uniformidad es parte de la firma o el nombre del diario, el tener estas plantillas prediseñadas pero que no son estrictamente establecidas, es una base pero que se puede darle giros con el objetivo de que sea más atractiva.

**Análisis:** El trabajo diario de los diagramadores se ve guiado o facilitado por la creación de plantillas, los programas computarizados especializados como indesign cuentan con todos los formatos y herramientas para que su uso se intuitivo y editable, este sistema está vigente y es válido, de hecho, no se concibe otra forma de trabajo para la maquetación de prensa sin plantillas.

## 7. ¿Cómo se trabaja el diseño gráfico bajo la modalidad de uso de plantillas?

El diseño buscamos que sea atractivo y que llegue con más información, ponemos notitas o cifras, hay veces que la gente no ve la nota completa y estos elementos rompen con la mancha o bloque de texto, rompen con los esquemas de la línea negra de la nota y también te va informando, lees algo y como te queda inconcluso sigues leyendo para completar la idea, pero ya tienes cierta información. La plantilla es una estructura, pero no te obliga a limitarte a eso.

**Análisis:** El hecho de contar con una plantilla no significa que el diseñador haga un trabajo mecánico y ya no requiera diagramar la información, por el contrario, esta modalidad propone un reto con limitantes ya que se debe conseguir un trabajo armónico entre texto imagen.

## 8. ¿Recibe capacitación, qué tipo de cursos, con qué frecuencia?

Somos un medio nacional y en Quito está la matriz, allá tenemos un equipo más grande de diseñadores, cada cierto tiempo vienen para revisar procesos, actualizar algunos procesos, para dar ideas y trabajar con los diagramadores que tenemos aquí se capacitan. La parte administrativa del diario te podría dar más información sobre capacitaciones.

**Análisis:** No se pudo conseguir la información detallada, sin embargo, queda claro que el diseñador o diagramador debe actualizarse por sus propios medios para obtener mejores resultados y la experiencia también cuenta en la vida profesional.

## 9. ¿Existen criterios para el uso del color institucionalmente?

Así es, no te puedo indicar exactamente, por ejemplo se utiliza un color azul con pantone del color azul de diario LA HORA, no es que solo abrimos Indesign y escogemos al azar sino que sí existen esos parámetros, no solo en cuanto a la marca sino en cuanto a titulares por ejemplo si titulamos sobre una foto pequeña entonces el texto debe ser negro para que sea fuerte y llamativo; si es que lo hacemos dentro de una foto debemos generar contraste si es muy blanca no podemos colocar el titular en amarillo porque se puede perder, dentro del formato existe normas por ejemplo amarillo - tomate - rojo para titulares entonces en función de la foto y del tipo de noticia

nosotros vemos que color queda mejor con la fotografía para el titular, también quedan al criterio del editor y del diagramador de la regional para que el diario que sale sea más digerible, más informativo.

**Análisis:** Los parámetros institucionales son privados, sin embargo, de los ejemplos citados se puede dilucidar que solamente son recomendaciones que obedecen a la lógica y las reglas de oro de diseño como son la jerarquía, el contraste, el espacio y otras normas referentes a la Gestalt.

#### **10. ¿Hay recomendaciones sobre el uso del color?**

Sí existen parámetros que son institucionales y son los que guían a los diagramadores para su tarea diaria.

**Análisis:** Esta información es de vigencia actual por lo que no fue posible que compartan dicho manual o guía de usos y parámetros que utilizan los diagramadores.

#### **11. ¿El Diseñador Gráfico tiene total libertad de uso del color?**

No. Las plantillas que existen ya ofrecen algunas alternativas de color, yo como editor le puedo decir el concepto que quiero que ejecute de esta manera y el diagramador como es la persona que está a cargo de la visualización gráfica del periódico entonces sí tiene libertad y parte de su trabajo es proponer una mejor alternativa en cuanto a color, no en cuanto a la priorización de noticias pero sí en cuanto a que si existe una mejor fotografía para la nota y ahí sugerir cual sería la mejor opción de color, estos es un conversar y hace su propuesta. Pueden argumentar y si la idea es mejor es la que se utiliza.

**Análisis:** Se define las competencias que tienen el diagramador y el editor en este puesto en específico, ya que se nota el trabajo interdisciplinario para lograr un resultado efectivo, por lo que queda claro que un buen rediseño ya plantea varios formatos prediseñados con alternativas de forma y color, sin embargo cada día el diseño se lo crea a partir es estos modelos y no significa que el problema de la comunicación visual esté resuelto, es decir estos profesionales se enfrentan a un nuevo reto cada día y en su edición impresa se puede juzgar si lograron captar la atención del lector.

## **4.2. Entrevista Sr. Luis Zurita**

**Nombre:** Luis Zurita

**Cargo:** Director de Diagramación y Diseño

**Empresa:** Diario la Verdad

Yo entré a trabajar como encargado de diseño y diagramación al diario La Verdad en 1984, Monseñor Leónidas Proaño hizo la donación de todo lo necesario para la creación del diario. Los socios fundadores le convirtieron en cooperativa y luego en compañía al diario La Verdad, a pesar de todas las inversiones no se pudo mantener el negocio a flote y cerró.

### **1. ¿Cuántos rediseños se ha hecho en el diario La Verdad?**

Se actualizó lo relacionado con la maquinaria, en el diario antes había máquinas para blanco y negro, luego se adquirió maquinaria para impresión a color.

### **2. ¿Cuándo se realizó el último rediseño?**

En el 2007 se hizo un rediseño, era un rediseño de la diagramación, de a poco se hizo cambios. Eran pocas las páginas que iban impresas a color. Se aplicaba color en algunos titulares principalmente.

### **3. ¿En su diario utilizan plantillas, cómo las usan?**

Sí se usaban plantillas, se tenía como 5 plantillas madre, y de acuerdo a las publicidades que surgían se hacía modificaciones a estos esquemas generales para maquetar toda la página.

### **4. ¿Recibe capacitación, qué tipo de cursos, con qué frecuencia?**

En la década de los 80's se hacían muchas capacitaciones por la compra de equipos tecnológicos, la llegada de las computadoras Macintosh y la imprenta moderna, estábamos a la par en la tecnología con el diario El Hoy.

## **5. ¿El Diseñador Gráfico tiene total libertad de uso del color?**

Ya era de acuerdo a la capacidad de cada uno, dependía de la creatividad para que quede bien el diseño.

## **6. ¿Cómo se manejaba las tipografías?**

En cuanto a tipografía había dos alternativas, la helvética y la times, en el caso de las publicidades era libre la elección de las fuentes.

## **7. ¿Quién era el público objetivo del diario?**

El diario recibía mucha acogida de toda la ciudadanía, venían distintas personas para pedir diseños y armar las publicidades, a veces el diseñador se entrevistaba con el cliente para entender cuál era el pedido y ver si le gustaba el diseño al cliente, para que luego saliera publicado en el diario.

**Análisis:** El Sr. Luis Zurita desconocía algunos parámetros consultados, es la única fuente de consulta relacionada con el diario La Verdad que colaboró con la entrevista. El mayor cambio que vivió el diario La verdad está relacionado a la actualización de maquinaria offset bicolor. El diseño y la diagramación se los realizaba con sobriedad, centrados principalmente en resaltar los titulares y dar prioridad a la publicidad que era la que sostenía los costos del diario. Este diario tuvo una larga trayectoria en la ciudad de Ibarra, ya que desde una visión periodística mantuvo informada a la ciudad ya que era el único medio de comunicación masiva, elaborado e impreso aquí mismo.

### **4.3. Entrevista Sr. Raúl Carrera Chalá**

**Nombre:** Raúl Carrera Chala

**Cargo:** Jefe de Diseño y Diagramación

**Empresa:** Diario el Norte

#### **1. ¿En qué consiste un rediseño del diario?**

Rediseño como su palabra lo dice es cambiar, o dar un giro a lo que ya está hecho. Cuando hablamos de lo que se desarrolla en un diario que es el diseño editorial,

comprende la fusión de textos y fotografías para periódicos, revistas y libros. Pero hablar ya de un rediseño significa crear una línea gráfica, nuevos formatos, nuevos contenidos, nuevos tamaños, entendería que un rediseño es algo grande, y también hay pequeños cambios eso es algo de menor complejidad.

## **2. ¿Cuántos rediseños se ha hecho en el diario El Norte?**

El diario se creó en 1987, básicamente se han dado cambios generacionales según como ha venido desarrollándose la tecnología, en el comienzo nosotros trabajamos muy artesanalmente en lo que tiene que ver al diseño en un diario, antes no era diseño, este término de diseño editorial en los últimos tiempos vino incorporándose incluso hasta en las universidades, antes era diagramar, es decir, crear cajas, se lo hacía de forma artesanal con papel, rapidógrafos y con el pasar de los años se han ido creando software especializados para diseño editorial. Es complicado comentar la transición tecnológica ya que se pasó de un proceso artesanal a un proceso tecnológico. Los programas que se utilizaban eran Page Maker, Corel y Quark Xpress, hace unos veinte años.

## **3. ¿Cuándo se realizó el último rediseño?**

Antes se manejaba de forma empírica y el rediseño más trascendental que hemos tenido fue en el 2003, ahí se diseñó de cero un periódico, se contrató una consultoría internacional que capacitó y planteó el nuevo diario El Norte. Se trabajaba desde ese momento ya con Adobe Indesign y todo el paquete de Adobe. En la última década se ha hecho cambios en la estructura del diario, por ejemplo creación de nuevos segmentos de lectura y audiencia ya que esto se vuelve generacional y las audiencias van cambiando, pero el formato y la idea original propuesta en el 2003 se ha mantenido. Actualmente se está pensando en implementar un rediseño profundo.

## **4. ¿Qué criterios se usan para saber que es momento de rediseñar un diario?**

El diseño va evolucionando y lo más importante es conocer al público, tratar de entender a los lectores como la razón de ser del diario, como criterios sería de pronto el mejorar más la presentación, el principal criterio tratar de llegar más a nuestra gente, hacemos un producto visual y hacer que el diseño informe e impacte.

## **5. ¿En su diario utilizan plantillas, cómo las usan?**

Hace doce años se planteó varios parámetros y ahí constan las maquetas guía, que tiene ya estructurado que debe ir en una página de acuerdo a la sección, para que se elija entre el diseñador y periodista, para crear las maquetas de acuerdo a los recursos que se ha conseguido. Sobre lo existente se crea y modifica las plantillas.

## **6. ¿Recibe capacitación, qué tipo de cursos, con qué frecuencia?**

Sí recibimos capacitación y el diseñador hace capacitación personal, es decir estar al tanto de las tendencias de los periódicos de las grandes ligas. Sí hay el apoyo institucional para acudir a eventos relacionados al diseño editorial y periodístico, tanto nacional como internacional.

## **7. ¿Existen criterios para el uso del color institucionalmente?**

Existen millones de colores y es decisión de los directivos de establecer los colores corporativos, el azul es nuestro color institucional.

El conocimiento de cromática es necesario en el diseñador para crear una gama adecuada de colores, una paleta para darle vida a una página.

## **8. ¿Hay recomendaciones sobre el uso del color?**

Nuestro pantone está establecido en CMYK para cuatricromía, los colores referenciales que podemos usar son: verde, azul, magenta, hueso, gris y morado, cada uno de esos colores con sus diferentes porcentajes.

## **9. ¿El Diseñador Gráfico tiene total libertad de uso del color?**

Sí, pueden escoger cualquier tono dentro de los colores referidos en la anterior pregunta. Fuera de estos colores no se puede usar, ya que si comenzamos a improvisar hacemos lo que queremos y se pierde la unidad. Ya tenemos un modelo con parámetros establecidos para respetarlos y seguir el modelo o si hay un cambio, se lo estudia previamente para autorizarlo según el debido proceso.

En el caso de diseño comercial, cuando se elabora artes publicitarios vienen clientes que contratan el servicio de diseño y se trabaja con el cliente en función de sus

necesidades. También hay clientes que traen ya sus artes listos y que solamente se las adaptan a los tamaños requeridos para la publicación.

### **10. ¿Cómo usan las armonías de color?**

Es una gama de color, aquí en el periódico no se puede aplicar ese tipo de creaciones tan libres en cuanto a colores, en el diario aplica las armonías de color en un trabajo de collage. Una armonía de color creada con fotos como en un foto reportaje. Es importante conocer la idiosincrasia de la población lectora, este diario que se dirige a la zona norte del país

### **11. ¿Cómo es el uso de la tipografía?**

Helvética, Times, Garamond, Comic sans, después se determinó una sola familia tipográfica que tiene 16 variaciones entre bold, cursiva, regular, después de haber recibido varias capacitaciones sobre el uso de la tipografía en diario se aplicó esta unificación aproximadamente desde el 2010.

**Análisis:** el Sr Raúl Carrera jefe de diseño y diagramación nos relata que el diario se creó en 1987, básicamente se han dado cambios generales según como ha venido la tecnología, al comienzo ellos trabajaban artesanalmente en lo que tiene que ver de diseño, en un diario antes no era diseño, este termino de diseño editorial en los últimos tiempos se fue involucrando. Antes era diagramar, es decir crear cajas, se lo hacía de forma artesanal con papel y rapidógrafo y con el pasar de los años la tecnología fue innovándose y se crearon software especializados para el diseño editorial.

El último rediseño que han tenido fue en el 2003, por que se contrató una consultoría internacional que les capacito y planteo el nuevo Diario El Norte, desde ese momento comenzaron a trabajar con Adobe Indesign y todo el paquete de Adobe. En la última década se ha realizado cambios en la estructura del diario, por ejemplo creación de nuevos segmentos de lectura audiencia, pero el formato y la idea original propuesta en el 2003 se mantiene. El diseño va evolucionando y lo más importante es conocer al público es por eso que Diario El Norte tiene planificado hacer un producto visual y hacer que el diseño informe e impacte.



#### 4.4. Portadas del periódico DIARIO NORTE

Fecha: 1 de Agosto de 1987

**Gráfico 5 Portadas del periódico diario Norte 1 de Agosto de 1987**



Fuente: Archivos del Municipio de Ibarra  
Elaborado por: Cristina Lligüicota

#### Análisis

En el año 1987, se puede apreciar que la portada contiene el encabezado en la que se posiciona la marca del diario con la tipografía palo seco con color azul, tiene una anomalía en la letra O que constituye un Imagotipo. Su titular está escrito en letras mayúsculas, con tono degradado azul y negro. En esos años predomina la estructura jerárquica en la presentación de noticias.

Su diagramación es un proceso manual de fotocomposición en el que se coloca artículos como piezas de rompecabezas. Hay una imagen fotográfica la cual está a color a blanco y negro en un plano general. Al igual contiene recuadros para cada noticia.

Fecha: 1 de Octubre de 1990

Gráfico 6 Portadas del periódico diario Norte 1 de Octubre de 1990



Fuente: Archivos del Municipio de Ibarra  
Elaborado por: Cristina Lligüicota

## Análisis

En el año 1990 está portada tiene el encabezado a la derecha en la cual se posiciona con la misma marca, la diferencia es en el color rojo, en la parte izquierda su titular es de color blanco y su área es de color rojo sus demás titulares son de color negro. Además contiene recuadros que encierran la noticia para separar de los demás elementos.

La diagramación está distribuida armoniosamente en cada elemento de la noticia. Hay fotografías a blanco y negro en primer plano, plano medio cuerpo y plano general.

Fecha: 1 de noviembre de 1991

### Gráfico 7 Portadas del periódico diario Norte 1 de Noviembre de 1991



Fuente: Archivos del Municipio de Ibarra  
Elaborado por: Cristina Lligüicota

### Análisis

En el año 1991 esta portada tiene el encabezado casi central en la cual se posiciona la marca del diario con una nueva tipografía que es con serif llamada Cooper en color blanco con contorno verde, también hay la barra o línea horizontal que es la que divide la información de una noticia a otra en esta portada se ve que la marca es la que se divide a la foto noticia en tono degradado verde en un plano general y las otras a blanco y negro.

La tipografía utilizada en los titulares posee serif y los otros titulares sobre fondo negro, está invertido, también contiene recuadros en cada noticia. Su diagramación es de 5 x 4 y se mantiene la noticia con jerarquía.

Fecha: 1 de octubre de 1996

Gráfico 8 Portadas del periódico diario Norte 1 de Octubre de 1996



Fuente: Archivos del Municipio de Ibarra  
Elaborado por: Cristina Lligüicota

## Análisis

En el año 1996 está portada tiene el encabezado central en la cual se posiciona la marca del diario con la tipografía con Serif ahora con color rojo, seguido por el folio que está en una área de color negro es donde se imprime la fecha, número de páginas y precio del diario. Su titular es de tipografía palo seco con color rojo, y subtítulos de color azul el contenido es de tipografía Serif seguido por las foto noticias a blanco y negro en un plano general con doble recuadros, observamos que en cada noticia o foto noticia no hay pie de página ni de foto.

Fecha: 1 de septiembre de 1999

Gráfico 9 Portadas del periódico diario Norte 1 de Septiembre de 1999



Fuente: Archivos del Municipio de Ibarra  
Elaborado por: Cristina Lligüicota

## Análisis

En el año 1999 la portada contiene el encabezado en la parte central, ahí se posiciona la marca con una nueva imagen gráfica del diario, misma que posee tipografía palo seco de color azul y la palabra NORTE está en una posición cóncava. Sus titulares tienen tipografías sans serif de color negro al igual que el contenido, también hay noticias de titular con sumillas que se coloca en el texto.

Hay foto noticias a blanco y negro en planos medios, sin embargo tienen recuadros con su contenido de noticia en unos con área de tono gris también encontramos diagramación de 4x2 pero se sigue prevaleciendo la construcción jerárquica, hay sumilla en el titular que se coloca entre el texto y se extrae como cita textual.

Fecha: 1 de Enero del 2003

### Gráfico 10 Portadas del periódico diario Norte 1 de Enero del 2003



Fuente: Archivos del Municipio de Ibarra  
Elaborado por: Cristina Lligüicota

### Análisis

En el año 2003 igual observamos la portada que contiene el mismo encabezado central en la cual se posiciona con un rediseño nuevo de marca del diario con la tipografía que es egipcia tiene una anomalía en la letra O que viene a ser el imago tipo. Tiene un cambio con los datos técnicos como fecha, número de páginas, edición que está a la izquierda de la cabecera sin embargo se sigue manteniendo un orden de jerarquía.

Su título tiene tipografía palo seco de color negro al igual que el contenido. Las fotografías son a blanco y negro en planos generales y medios planos cabe resaltar que los recuadros contienen cada noticia al igual que la foto noticia para que se vea un mejor esquema.

Fecha: 1 de junio 2005

Gráfico 11 Portadas del periódico diario Norte 1 de Junio 2005



Fuente: Archivos del Municipio de Ibarra  
Elaborado por: Cristina Lligüicota

## Análisis

En el año 2005 vemos un cambio total de la portada ya que se implementa la impresión a full color, su diferencia comienza en el encabezado ya que contiene cajas de llamada o sumario de tema que son los titulares más destacados, sin embargo el diario sigue manteniendo su marca y su color azul.

Su tipografía de algunos titulares y contenidos son con serif, por lo que se puede decir que se maneja una diagramación de 4x3, utilizando imágenes fotográficas a color de acuerdo a la noticia en recuadros. Contiene a color igual en los pequeños titulares para llamar la atención del lector.

Fecha: 1 de Enero del 2008

Gráfico 12 Portadas del periódico diario Norte 1 de Enero del 2008



Fuente: Archivos del Municipio de Ibarra  
Elaborado por: Cristina Lligüicota

## Análisis

En el año 2008 la portada aparece como elemento principal una gran fotografía a color, que es la vocera de la primicia de esa edición del periódico en un plano general, sin embargo visualizamos que ahora se coloca la fuente de la foto noticia, ya que en los años anteriores solo se presentaba la fotografía.

En esta portada hay cambios de diagramación que es de 5x4 manteniendo su encabezado la marca del diario, seguido por su folio que es un contenido como la fecha, páginas y precio, se analiza que hay sumarios de noticias destacadas con contorno de colores y hay tipografía de titulares y contenido con serif.



Fecha: 3 de Noviembre del 2015

Gráfico 13 Portadas del periódico diario Norte 3 de Noviembre del 2015



Fuente: Archivos del Municipio de Ibarra  
Elaborado por: Cristina Lligüicota

## Análisis

En el año 2015 se maneja una diagramación más estilizada, ya que contiene elementos más manejables para una diagramación que es 3x2 ya que en esta portada tiene una tipografía serif en títulos, subtítulos y contenido, la foto noticia es la que llama más la atención por lo que está en un plano general y tiene full color, contiene leyenda o pie de fotografía.

Utilizan filetes que son líneas de separación para dar espacio a otra noticia, hay texto invertido que es para llamar la atención en esta portada observamos que es el del fondo negro. Se puede apreciar noticias de publicidad, y en la parte izquierda hay un texto en forma vertical donde ubican sus redes sociales.

#### 4.5. Portadas del periódico DIARIO LA HORA

Fecha: 1 de Septiembre 1986

**Gráfico 14 Portadas del periódico diario La Hora 1 de Septiembre 1986**



Fuente: Archivos del Diario La Hora (Quito)  
Elaborado por: Cristina Lligüicota

#### Análisis

En el año 1986 la portada tiene el encabezado un titular llamativo de color rojo su tipografía es palo seco, posteriormente siguen sus subtítulos de tipografía serif minúsculas en color blanco con su área de color negro conocido con el nombre invertido.

La marca del diario se posiciona en la parte casi central de la derecha su tipografía es sans serif de color azul, tiene su isotopo en la letra H que es su forma de reloj. No hay una diagramación, por lo que realizaban empíricamente llenando la portada con texto y tipografía en recuadros. Hay fotografías a color en plano general pero no respetan ninguna diagramación.

Fecha: 1 de Julio de 1989

**Gráfico 15 Portadas del periódico diario La Hora 1 de Julio de 1989**



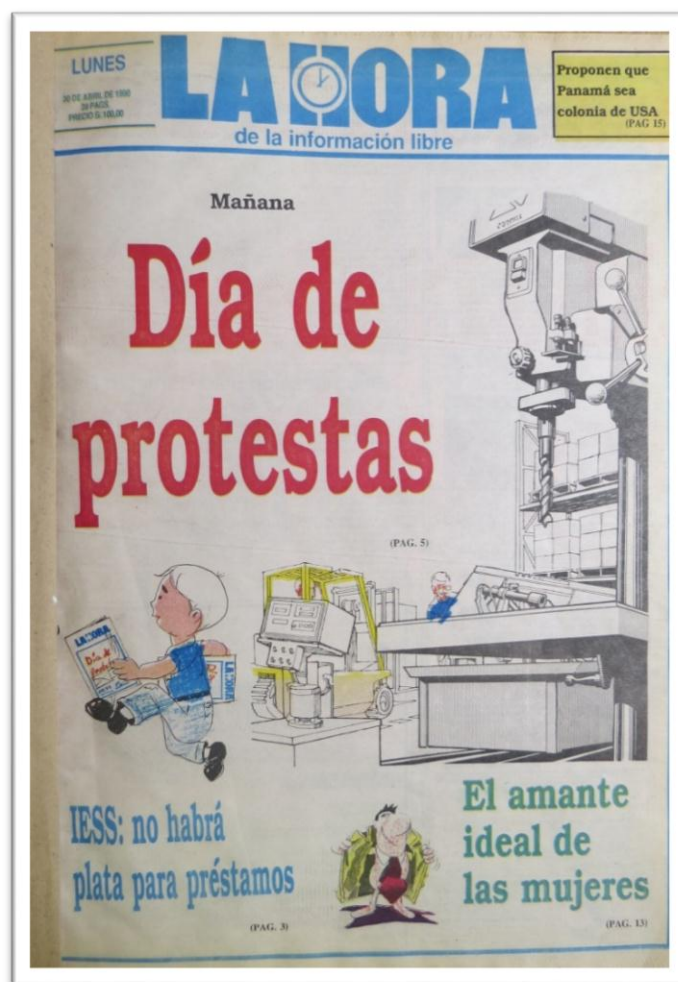
Fuente: Archivos del Diario La Hora (Quito)  
Elaborado por: Cristina Lligüicota

**Análisis**

En el año 1989 en el encabezado se posiciona la marca del diario con la tipografía palo seco que es de color azul. Su titular más llamativo es de color rojo con tipografía sans serif. Contiene una imagen ilustrada a color sin embargo hay elementos como titulares a dos columnas, barras a color, y hay una fotografía a blanco y negro con leyenda o pie de foto.

Fecha: 30 de Abril de 1990

**Gráfico 16 Portadas del periódico diario La Hora 30 de Abril de 1990**



Fuente: Archivos del Diario La Hora (Quito)  
Elaborado por: Cristina Lligüicota

**Análisis**

En el año 1990 la portada se sigue manteniendo, como cabecera la marca del diario. Su diseño es plano con ilustraciones a poco color, siendo así que contiene el recuadro en todo el contenido de las noticias.

Hay 3 títulos a color pero el más llamativo es el de color rojo con una tipografía sans serif. Tiene una diagramación plana las cuales las imágenes son ilustraciones a color y a blanco y negro.

Fecha: 31 de Diciembre 1991

**Gráfico 17 Portadas del periódico diario La Hora 31 de Diciembre 1991**



**Fuente:** Archivos del Diario La Hora (Quito)  
**Elaborado por:** Cristina Lligüicota

**Análisis**

En el año 1991 la portada se mantiene como cabecera la marca del diario con la misma tipografía un pequeño cambio que se da es la área de color negro con tipografía blanca. Hay dos títulos pero el más llamativo es el de color rojo con una tipografía de palo seco, igual se sigue manteniendo una diagramación plana. Hay una imagen ilustrada a color.

Fecha: 15 Octubre 1993

**Gráfico 18 Portadas del periódico diario La Hora 15 Octubre 1993**



Fuente: Archivos del Diario La Hora (Quito)  
Elaborado por: Cristina Lligüicota

**Análisis**

En el año 1993 la prensa local imita como la prensa latinoamericana a la prensa norteamericana que propone un modelo sumamente formal. Sin embargo está portada se mantiene la misma cabecera que es la marca del diario su slogan es de tipografía de color negro central.

Su titular es de color rojo con una tipografía palo seco, su contenido es de tipografía igual palo seco, tiene una diagramación de 3x2, se incrementa la imagen fotográfica a color en un plano general, contiene corondeles la que es una línea vertical que separa las columnas de una página.

Fecha: 13 de Enero 1994

### Gráfico 19 Portadas del periódico diario La Hora 13 de Enero 1994



Fuente: Archivos del Diario La Hora (Quito)  
Elaborado por: Cristina Lligüicota

### Análisis

En el año 1994 la portada se va mejorando pero mantiene la marca del diario con sus mismos elementos de encabezado y tipografía. Resaltan sus títulos y subtítulos con tipografía palo seco con colores planos y poco cuerpo de texto de cada noticia, cometen errores como dejar textos huérfanos y viudas, falta regulación de interlineado e interletrado. Su diagramación permite maquetar entre 4 a 6 columnas.

En la portada aparece como elemento principal una gran fotografía a color, que es la vocera de la primicia de esa edición del periódico, contiene corondeles y filetes con área de color, cabe resaltar que esta portada es de la ciudad de Ambato por lo que no había archivos de la ciudad de Ibarra pero todos los diseños manejan las mismas portadas.

Fecha: 1 de Diciembre 1997

## Gráfico 20 Portadas del periódico diario La Hora 1 de Diciembre 1997



Fuente: Archivos del Diario La Hora (Quito)  
Elaborado por: Cristina Lligüicota

### Análisis

El 1 de Diciembre 1997 este diario da un giro de rediseño a su marca más estilizado con un contorno azul cabe recalcar que este diario es de la ciudad de Quito por lo que no había archivos guardados de la ciudad de Ibarra pero el diseño de la marca se manifiesta para todas las provincias que se distribuyen.

Su tipografía de titular y contenido es palo seco, observamos 5 fotografías a full color pero la más representativa está bajo la marca en un plano general. Hay ornamentos como filetes y corondeles de áreas de color.



Fecha: 1 de Junio 2002

### Gráfico 21 Portadas del periódico diario La Hora 1 de Junio 2002



Fuente: Archivos del Diario La Hora (Quito)  
Elaborado por: Cristina Lligüicota

### Análisis

Desde el 1 de Julio del 2002 encontramos los archivos de la ciudad de Ibarra en la matriz de la ciudad de Quito. Observamos que el periódico se mantiene su encabezado con la misma marca pero identificándose de que provincia es.

Su tipografía titular es palo seco de color negro, contiene como 8 imágenes fotográficas a full color en planos generales y planos frontales utilizan: filetes y corondeles de áreas de color.

Hay un mejor contexto para cada noticia ya que se maneja la fotografía con sus subtítulos e indicando en que paginas puede seguir buscando la noticia.

Fecha: 4 de Octubre del 2004

**Gráfico 22 Portadas del periódico diario La Hora 4 de Octubre del 2004**



Fuente: Archivos del Diario La Hora (Quito)  
Elaborado por: Cristina Lligüicota

**Análisis**

El 4 de Octubre del año 2004 la portada del DARIO LA HORA muestra un nuevo rediseño de la marca que se lo ve más estilizado y con un concepto más formal tomando en cuenta su color que es de la empresa que predomina el azul, con su tipografía serif.

Hay imágenes fotográficas a full color en planos generales y planos frontal. Ornamentos filetes y corondeles y áreas de color.

Hay una mejor visualización con cada noticia para el lector ya que se maneja la fotografía con sus subtítulos e indicando en que paginas puede seguir buscando la noticia.

Fecha: 5 de Diciembre del 2009

Gráfico 23 Portadas del periódico diario La Hora 5 de Diciembre del 2009



Fuente: Archivos del Diario La Hora Ibarra  
Elaborado por: Cristina Lligüicota

## Análisis

El 5 de Diciembre del año 2009 tenemos una pequeña modificación en el encabezado en la parte inferior, se diseñó una área de color amarillo para que se vea más llamativo sin embargo su marca sigue igual al igual que la tipografía de títulos, subtítulos y contenido de texto.

Hay imágenes fotográficas a full color en planos generales y plano frontal. Ornamentos como filetes y corondeles de áreas de color. Hay una mejor visualización con cada noticia para el lector ya que se maneja la fotografía con sus subtítulos e indicando en que paginas puede seguir buscando la noticia.

Fecha: 2 de Octubre el 2015

### Gráfico 24 Portadas del periódico diario La Hora 2 de Octubre el 2015



Fuente: Archivos del Diario La Hora Ibarra  
Elaborado por: Cristina Lligüicota

### Análisis

En el año 2015 la portada se imprime a full color en alta calidad, contiene una fotografía bajo el encabezado en un plano general esta sobrepuesto un título en color amarillo y su contenido es de tipografía palo seco, contiene columnas centradas y corondeles que es una línea vertical que da la separación de una foto noticia a otra.

Podemos observar que ya utilizan código de barra, sin embargo vemos que la tecnología ha ido avanzando por lo que indican sus redes sociales en la portada donde pueden encontrar digital ahora las noticias más destacadas.

## 4.6. Portadas del periódico DIARIO LA VERDAD

Fecha: 3 de Enero 1987

### Gráfico 25 Portadas del periódico diario La Verdad 3 de Enero 1987



Fuente: Archivos del Municipio de Ibarra  
Elaborado por: Cristina Lligüicota

### Análisis:

En el año 1987 Diario la Verdad se orienta más a lo cultural pero observamos que en su encabezado ya está posicionado la marca del diario es en mayúsculas con negrilla, con una tipografía serif, seguido por sus titulares y otros subtítulos en tipografía sans serif.

En esta portada prevalece el diseño de su contenido en retícula de columnas, hay una fotografía en un plano general, siendo así que toda la portada imprimen en blanco y negro.

Fecha: 2 de Marzo 1988

**Gráfico 26 Portadas del periódico diario La Verdad 2 de Marzo 1988**



Fuente: Archivos del Municipio de Ibarra  
Elaborado por: Cristina Lligüicota

**Análisis**

La portada del año 1988 prevalece la maraca del diario en el encabezado pero con diferente tipografía en palo seco. Hay un cambio de tipografía sans serif que son los titulares, su tipografía de contenido es igual sans serif o (palo seco).

En esos años predomina la estructura jerárquica en la presentación de noticias. Su diagramación es un proceso manual de fotocomposición en el que se coloca artículos como piezas de rompecabezas utilizando rapidógrafos y diferentes elementos para la estructura de la portada de noticias. Hay 2 fotografías a blanco y negro en un plano general con un contorno que son conocidos, hoy en la actualidad como los recuadros.

Fecha: 1 de Julio del 2003

Gráfico 27 Portadas del periódico diario La Verdad 1 de Julio del 2003



Fuente: Archivos del Municipio de Ibarra  
Elaborado por: Cristina Lligüicota

## Análisis

El 1 de Julio la portada da un cambio, por lo que se implementa la impresión a color pero su encabezado sigue siendo la marca y algunos títulos, subtítulos es de tipografía sans serif en color rojo tiene una diagramación jerárquica.

Hay una línea en forma horizontal conocida con el nombre barra que es la que divide la información a otra información, además en unas noticias contienen un fondo de tono rosado para llamar la atención del lector, sin embargo la fotografía se sigue manteniendo en blanco y negro.

Fecha: 1 de Mayo del 2004

Gráfico 28 Portadas del periódico diario La Verdad 1 de Mayo del 2004



Fuente: Archivos del Municipio de Ibarra  
Elaborado por: Cristina Lligüicota

### Análisis

El 1 de Mayo del 2004 su marca sigue manteniendo el color rojo ya que es el encabezado de la portada, sin embargo mantiene sus títulos en color rojo con una tipografía sans serif conocido como palo seco.

Su contenido es centrado en una diagramación conocido como retícula de columna, pero cabe resaltar que se observa un recuadro para una noticia, y otras son enmarcadas con fondo o área de color celeste, la foto noticia se mantiene a blanco y negro.



Fecha: 1 de Febrero del 2007

Gráfico 29 Portadas del periódico diario La Verdad 1 de Febrero del 2007



Fuente: Archivos del Municipio de Ibarra  
Elaborado por: Cristina Lligüicota

## Análisis

El 1 de Febrero del 2007 Diario la Verdad inicia una nueva etapa ya que más de medio siglo de entrega de noticias renuevan ese compromiso pero con una nueva presentación.

Por lo que está portada presenta el encabezado la marca pero a su alrededor hay dos líneas o áreas de color negro con texto blanco, sin embargo contiene una retícula manuscrita o de bloqueo su estructura base es un área grande y rectangular que ocupa la mayor parte de la página, se mantiene la fotografía a blanco y negro pero contiene recuadros con fondo gris para cada noticia.

Fecha: 2 de Julio 2010

Gráfico 30 Portadas del periódico diario La Verdad 2 de Julio 2010



Fuente: Archivos del Municipio de Ibarra  
Elaborado por: Cristina Lligüicota

### Análisis

El 2 de Julio del año 2010 se da un nuevo rediseño a la portada con una nueva diagramación de 4x5 conteniendo foto noticias de acuerdo a los titulares a blanco y negro, cada foto noticia tiene su pie o leyenda ya que en los otros años no ubicaban dicho elemento, sin embargo existe una diagramación modular y texto de contenido en una ubicación de columnas.

Fecha: 3 de Julio 2010

Gráfico 31 Portadas del periódico diario La Verdad 3 de Julio 2010



Fuente: Archivos del Municipio de Ibarra  
Elaborado por: Cristina Lligüicota

## Análisis

En el año 2010 da un cambio radical el diario LA VERDAD ya que se implementa la maquinaria offset bicolor por lo que se imprime toda la portada a full color el diseño y la diagramación se lo realizaba con una sobriedad, enfocándose principalmente en los titulares y subtítulos contemplan una tipografía en Times Roman o palo seco.

Podemos observar que la portada esta mejor distribuida con cada noticia utilizando los elementos como las barras que son los que permiten dar espacio para la otra noticia, recuadros, invertido que son los fondos de diferentes colores que colocan el texto. La foto noticia es impresa a full color y con pie de leyenda.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. Conclusiones

- Las teorías de diseño que permiten estudiar una evolución en el diseño de portadas de periódicos como diagramación, tipografía y teoría de la imagen, además de otras complementarias como teoría del color y las leyes de la buena forma son una estructura teórica fundamental para la profesión del diseño y publicidad, que permiten tener los insumos para emitir criterios a favor o en contra de ciertas prácticas de diseño.
- El diseño de portadas de periódico atiende a dos necesidades: una estética y una funcional, ya que es el primer rostro que se muestra para atraer al lector. Las variables planteadas para ser estudiadas permitieron identificar la evolución que ha tenido la gráfica de la prensa de Ibarra, gracias a un recorrido histórico de 28 años de publicaciones impresas.
- Se determinó que un libro sería el soporte más idóneo para la propuesta de la identificación de la evolución de portadas de periódicos de Ibarra, primero es un archivo histórico que contiene 114 portadas de los 3 principales diarios que ha tenido la ciudad, muestra las diferentes etapas marcadas de su gráfica y la identificación de cada componente, es un aporte para los profesionales que desean profundizar en esta ardua pero gratificante labor del diseño del periódico.

## 5.2. Recomendaciones

- Es necesario que se realice más levantamientos de información producida a nivel local (diseño local), ya que gracias a las redes y nuevas tecnologías esta información puede ser fácilmente difundida y enriquecer diversas áreas de estudio relacionadas a las gráficas, la comunicación, la identidad entre otras.
- A los diarios impresos como institución, se recomienda mejorar sus archivos y cuidarlos ya que son su patrimonio histórico, algunos archivos no existían y algunos estaban almacenados de tal forma que dañaban su presentación, ahora existen los repositorios digitales para las nuevas ediciones, sin embargo, en ellos la navegación entre los archivos es muy compleja.
- En Ibarra, es necesario contar con entidades que apoyen a la difusión de resultados de proyectos de investigación, para que no se queden como proyectos finalizados sino que puedan seguir modificándose y enriqueciéndose, como en este caso la propuesta de un libro sobre la evolución del diseño de portadas en los periódicos impresos de la ciudad de Ibarra.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. PROPUESTA**

#### **6.1. Título de la Propuesta**

“IDENTIFICAR LA EVOLUCIÓN DEL DISEÑO DE PORTADAS EN LOS PERIÓDICOS IMPRESOS EN LA CIUDAD DE IBARRA MEDIANTE UN ANÁLISIS DE CONTENIDO PARA SU POSTERIOR DIFUSIÓN”.

#### **6.2. Justificación e Importancia**

Existen tendencias mundiales que marcan el estilo editorial en los periódicos de mayor difusión, es importante conocer a nivel local que características marcan estas tendencias gráficas, ya que dotan de lineamientos generales que pueden servir de guía en el diseño. En Imbabura reina la incertidumbre con respecto a estos estudios ya que no se los ha realizado y son necesarios para conocer el estado actual del diseño periodístico local.

Este proyecto ayudará de manera directa a los periódicos locales ya que podrán contemplar los resultados de la identificación de la evolución del diseño de portadas que les ayudará a mejorar en caso de haber falencias. Otro grupo de beneficiarios directos son los profesionales del diseño editorial ya que contarán con un libro básico de aciertos y errores locales. Además la academia será beneficiada ya que será pionera en apoyar este tipo de investigaciones tan necesarios. Entre los beneficiarios indirectos esta la ciudadanía imbabureña porque recibirá en el futuro, periódicos que contengan una información procesada con mejor calidad visual.

#### **6.3. Fundamentación**

El diseño editorial y la semiótica del color serán las bases teóricas que permitan desarrollar la presente identificación de la evolución del diseño de portadas, requerido tanto por los diarios como por los profesionales que diseñan a diario y están conscientes de la importancia de estar actualizados

## **6.4. Objetivos:**

### 6.4.1. Objetivos General

Identificar la evolución del diseño de portadas en los periódicos impresos en la ciudad de Ibarra mediante un análisis de las portadas para su posterior difusión.

### 6.4.2. Objetivos Específicos

- Categorizar la información obtenida del análisis realizado.
- Diseñar un libro con los datos de la evolución del diseño de portadas a nivel local.

## **6.5. Ubicación sectorial y física**

En la provincia de Imbabura existieron los periódicos impresos locales: La Verdad, El Norte y La Hora. La investigación se centrará en Ibarra ya que todos los periódicos impresos de circulación masiva de la provincia de Imbabura están allí, y que poseen ediciones impresas de diferentes fechas comprendidas entre el período del 1987 hasta el 2015.

## **6.6. Desarrollo de la Propuesta.**

### 6.6.1. Formato de papel

Para iniciar el proceso de la estructuración básica del libro, es necesaria la elección del formato de papel, ya que están basados en los tamaños ISO que significa Organización Internacional de Estándares, es por eso que el contenido llevara el libro en cuanto a imágenes y texto. El ISO seleccionado está dentro de los estándares A4 que es 210 mm x 297, ya que será en una forma horizontal que se adapta perfectamente el contenido y a su vez es cómoda para el lector.

### 6.6.2. Medidas

Absolutas: seleccionado para el desarrollo idóneo del contenido del libro ya que se empleara el uso de guías y retículas dando un mejor resultado y uniformidad en el producto editorial.

Relativas: a su vez establecen medidas dentro del libro se colocaran imágenes para

su adecuada identificación y manejo de acuerdo al desarrollo narrativo que se estructura, es decir que tendrán aspectos relativos sobre guías y dimensiones.

#### 6.6.2.1. *Tipos*

Los tipos son expresiones visuales para el desarrollo correcto del diseño editorial ya que depende también de su forma y estructura de la letra para transmitir dinamismo, pasividad, aburrimiento, severidad, o la confianza que va realizar para comunicar a la persona.

La tipografía aporta en la conceptualización del mensaje y su significado ya que ayuda que el lector pueda visualizar el contenido. Por esta razón se estipula el uso de esta variante Times New Roman es una tipografía del tipo serif utilizada más por los periódicos ya que es extremadamente funcional por lo que posee claridad, flexibilidad, legibilidad y economía de espacios.

# Times New Roman

# Arial Bold

#### 6.6.2.2. *Estilos, tipos y familias*

Las familias tipográficas son un conjunto de varias características basados en una misma fuente ya sea de signos o números con algunas modificaciones por ejemplo en el grosor y anchura pero manteniendo el mismo diseño o tipo de familia. Sin embargo la tipografía es una expresión del lenguaje visual ya que permite informar al lector.

#### 6.6.3. Contrastes

El contraste es el que nos permite que el contenido del libro no se tome aburrido, ya que la tipografía está dentro de la composición establecida ya sea en textura, forma, dirección, cuerpo, estilo o peso. Sin embargo hay que centrarse más en relación de la tipografía y fondo ya que es un modo de estimular al lector por lo que se representa los contrastes con la relación a la luz visual.



Además hay la jerarquía visual la que nos permite especificar la comunicación más importante para la atención del lector, de esta manera se busca que se vuelva más dinámica para que pueda seguir enterándose el tipo de información, haciéndole más atractivo al diseño que se busca para el espectador.

#### 6.6.4. Jerarquías

La jerarquía es la forma de organización que se le asigna, es por eso que entra en el Diseño Editorial teniendo un orden de jerarquía, que es el que permite organizar mejor los elementos para la visualización del mensaje en cada una de las páginas y no se vuelva tedioso o aburrido.

**Tamaño y color:** es lo primero que visualiza el lector para tener una idea más clara o determinada.

**Posición:** es aquel orden que se debe tomar muy en cuenta, ya sea en la tipografía de títulos, subtítulos, análisis o imágenes de acuerdo a la información que se obtiene para el desarrollo de una composición dinámica.

**Neutral:** es el tipo de jerarquía que desee utilizar en caso que el lector ponga atención a todo el contenido de la página o del libro.

##### 6.6.4.1. *Tipográfica*

La jerarquía tipográfica nos permite destacar la información que se considera la más importante como los títulos, subtítulos o párrafos de cada capítulo, ya sean de temas importantes como las entrevistas y análisis del libro logrando una jerarquía de información.

##### 6.6.4.2. *Texto*

La jerarquía de textos nos permite organizar los temas del libro que se van a desarrollar en el producto editorial con la finalidad que el lector comprenda de una manera más óptima los distintos titulares, implementando la utilización de diversos estilos y cuerpos de letras.

#### 6.6.4.3. *Cuerpo de letra*

Los cuerpos de la letra es muy importante para el desarrollo del diseño editorial ya sea para los párrafos o contenido de los temas del libro comprendido entre 8 y 14 puntos mostrando una jerarquía de importancia y el tamaño de la letra influye para destacar los datos más relevantes.

#### 6.6.4.4. *Contraste de peso*

El contraste de peso es el que ayuda a las valoraciones visuales que pueden ser prácticas para la tipografía y el mensaje que se quiere transmitir, por lo tanto esto será de claro a oscuros con el objetivo de crear una diferencia entre el fondo y la tipografía.

#### 6.6.5. Alineación de texto

Mientras se va estructurando la información y el contenido se considera las siguientes alineaciones de texto:

Alineación a la izquierda: es el que permite visualizar una mejor lectura del texto especialmente cuando son largos ya que crea una letra y un espacio entre palabras más equilibradas y uniformes.

Alineación a la derecha; es la que proporciona un equilibrio y notoriedad a la composición.

Alineación centrada: es aquella que se utiliza más para los títulos, ya que da un aspecto formal.

Justificado: es la que está conformado por líneas de texto uniformes, en el cual hay dos guías imaginarias que marcan un inicio y un final en todas las líneas de dicho texto, además evita molestos huecos llamados ríos que rompen el curso de texto.

##### 6.6.5.1. *Interletraje o tracking*

El interletraje o tracking está dentro del diseño editorial ya que es muy primordial, que no es más que el espacio entre letras, es conseguir un equilibrio en la tipografía, pero si dejamos demasiado interletraje las letras se pueden observar de un aspecto raro y parecen que estuvieran flotando.

#### 6.6.5.2. *Interlineado*

El interlineado es el que nos permite dar mayor legibilidad para no aburrir la vista del lector, también contribuye a la jerarquía del contenido del libro. Sin embargo el interlineado al ser muy saturado tiene un aspecto muy pesado, es por eso que se hace un aumento de dos puntos por encima del tamaño de la letra.

#### 6.6.5.3. *Capitulares o mayúsculas iniciales*

Las letras capitulares son la definición de la letra que aparece al inicio de un párrafo, ya que esta letra tiene un tamaño mayor que las letras minúsculas y mayúsculas que se coloca en dichos texto o contenido por lo generalmente ocupa entre dos o tres líneas de un párrafo.

#### 6.6.6. Una buena legibilidad

Una buena legibilidad es aquella que tiene todos los elementos que mencionamos anteriormente como alineación, tipografía, interletraje, calidad, interlineado etc. Con todos estos aspectos queremos mostrar una mayor legibilidad para cada elemento de la composición y así se vuelva interesante el contenido del libro.

##### 6.6.6.1. *Tipografía y color*

Al implementar la tipografía con el color, estamos hablando de dos grandes elementos de la comunicación gráfica visual, es por eso que para transmitir un mensaje intentamos buscar la mejor idea, para que sea atractiva para el consumidor visual. Sin embargo el color en la topografía está dentro del producto editorial ya que sirve de guía y armonización en el contenido

#### 6.6.7. Maquetación

Lo primordial de la maquetación son los elementos visuales y los de texto, por lo tanto hay que tomar en cuenta las guías y retículas ya que son la base primordial de una maquetación, para que pueda observar de una manera ideal el lector, conservando una buena distribución sea estética como funcional de cada elemento manteniendo una identidad visual.

#### 6.6.7.1. *Márgenes*

Los márgenes que vamos a utilizar son los que permitan dar una mejor distribución entre los diferentes elementos que va tener cada página del libro, evitando que se sature y genere un desorden al momento que ve el lector, es por eso que tenemos que aprovechar los márgenes adaptables para que no haya derroche de espacio manteniendo un diseño apropiado con la proporción aurea.

#### 6.6.7.2. *Módulos de imágenes*

Para los módulos de imágenes en el diseño editorial se emplea una composición adecuada para el desarrollo de las imágenes con un estilo correcto del libro, sobre todo manteniendo los elementos apropiados que se va a proyectar conjuntamente con las cajas de texto, de tal modo que no tenga un desorden en la estructura y pueda ver a simple vista el lector.

#### 6.6.7.3. *Columna*

Las columnas son las que nos permiten visualizar el texto de una forma más organizada para el contenido del libro, por lo tanto el cuerpo de texto debe ser más legible y atractivo para el lector.

#### 6.6.8. Proporción aurea

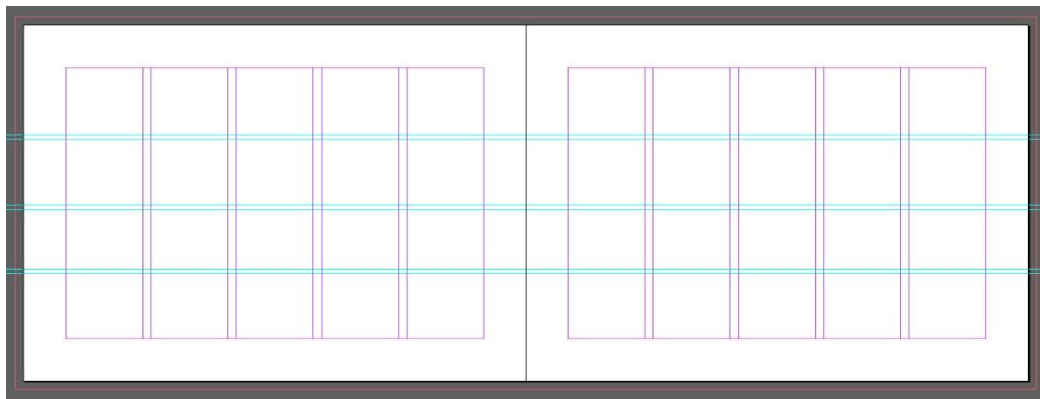
La proporción aurea es la base del diseño editorial ya que parte de un punto por lo que ve el ojo primero del ser humano, es decir da un uso dentro de las composiciones de la base del libro para que tenga una proporción equilibrada y agradable para la vista del lector.

#### 6.6.9. Retícula

Para dar un buen punto de partida a la retícula se desarrolla una idea organizada de jerarquía buscando que los elementos sean adaptados a las guías y retícula así ayudan a dar un orden correcto a la información visual.

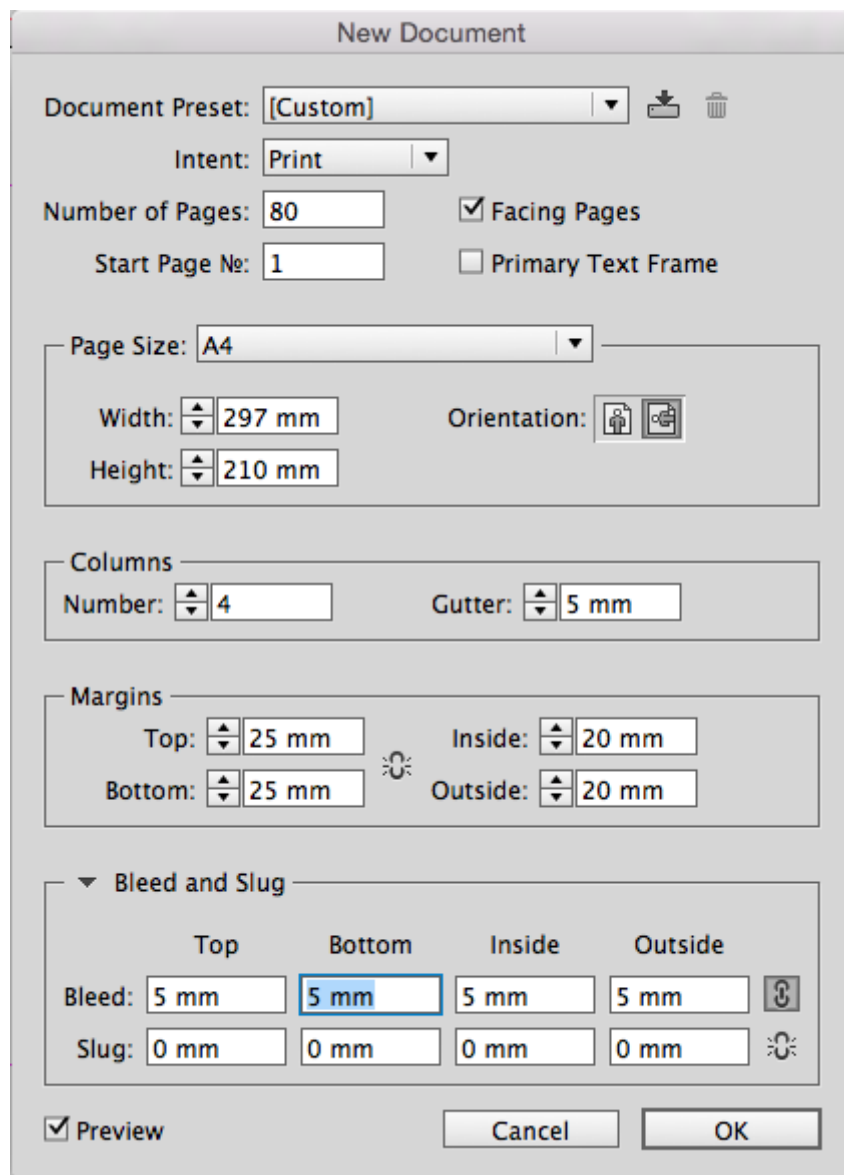
La retícula es la que determina distintos puntos de jerarquía, es decir que este bien estructurada y tenga una composición, para que sea colocada en una maquetación apropiada y así obtener todas las páginas del libro en un orden y claridad

**Gráfico 32 Retícula para el libro**



Elaborado por: Cristina Lligüicota

**Gráfico 33 Mediciones de la retícula**



Elaborado por: Cristina Lligüicota

#### 6.6.10. Imágenes

El uso de las imágenes en una maquetación del diseño editorial se propone dar un impacto visual ya sea por medio de emociones o reacciones para el espectador, actualmente requerimos de una combinación de elementos que son el uso de imágenes adecuadas y textos para tener una buena simetría para el contenido del libro.

##### 6.6.10.1. *Color*

El color es una expresión visual que permite comunicar sensaciones o emociones para el ojo humano del lector, es por eso que necesitamos realizar una maquetación con piezas fundamentales como el color que produce efectos contradictorios en una diagramación.

#### 6.6.11. Yuxtaposición

La yuxtaposición es la que crea sensaciones diferentes entre diversos elementos que se establecen como el color, estilo y la forma con la finalidad de proyectar textos más cómodos para la lectura.

#### 6.6.12. Portada

La portada es lo primero que visualiza el lector ya que es la pieza fundamental para un producto editorial, siendo así el desarrollo con los elementos mencionados anteriormente como la tipografía, color forma, estilo, composición etc. manteniendo un orden determinado.

Gráfico 34 Portada del libro



Elaborado por: Cristina Lliguicota

6.6.13. Contraportada

Gráfico 35 Contraportada del libro



Elaborado por: Cristina Lliguicota

6.6.14. Lomo

**Gráfico 36 Lomo del libro**



Elaborado por: Cristina Lligüicota



## 6.6.15. Contenido

### **PORTADA**

### **PORTADILLA**

### **CREDITOS**

- Introducción al Diseño Editorial de los Periódicos Impresos de la Ciudad de Ibarra

#### **CAPITULO I**

Historia del Diario La Hora de la Ciudad de Ibarra

Entrevista del Diseñador Reinaldo Endara

Infografías de la Identificación de la Evolución de los Diseños de Portadas del Diario la Hora.

#### **CAPITULO II**

Historia del Diario El Norte de la Ciudad de Ibarra

Entrevista del Diseñador Raúl Chala

Infografías de la Identificación de la Evolución de los Diseños de Portadas del Diario el Norte

#### **CAPITULO III**

Historia del Diario La Verdad de la Ciudad de Ibarra

Entrevista del Diseñador Luis Zurita

Infografías de la Identificación de la Evolución de las Portadas del Diario la Verdad.

#### **CONCLUSIONES**

Diario La Hora

Diario El Norte

Diario la Verdad

## **6.7. Impactos**

Al realizarse este proyecto se esperaría obtener impactos en lo educativo, social y cultural ya que la comunicación de la información forja y afecta directamente a la sociedad y la cultura.

## **6.8. Difusión**

¿Cómo difundir los resultados de la evolución del diseño de portadas en los periódicos

de Ibarra? Compilar los resultados de la identificación de tendencias mediante un libro de la evolución del diseño de portadas en el ámbito periodístico para su difusión.

## BIBLIOGRAFÍA

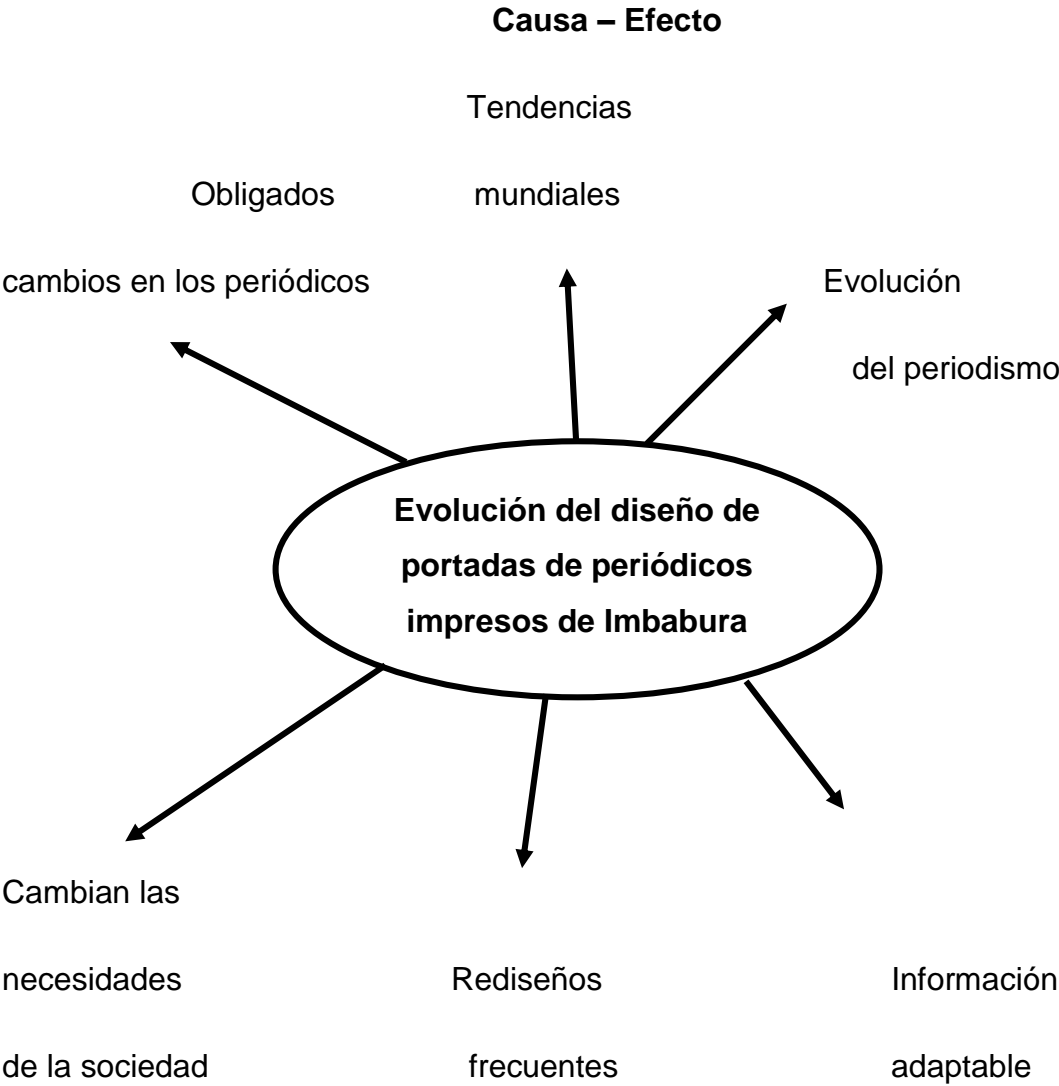
- Ander, E. (1977). *Investigación científica*. Buenos Aires: Humanitas.
- Armentia, J. (02 de 05 de 2011). <http://www.portalcomunicacion.com>. Obtenido de [http://www.portalcomunicacion.com/lecciones\\_det.asp?id=7](http://www.portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=7)
- Asamblea Nacional. (25 de 06 de 2013). <http://www.presidencia.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/LeyDeComunicacion-espaniol.pdf>
- Baeza, C. (2010). *Sensación, significado y aplicación del color*. Santiago: LFNT.
- Coastes, K., & Ellison, A. (2014). *Introducción al diseño de información*. Badalona: Parramón.
- De Los Santos, A. (2011). *Teoría del Color - Fundamentos Visuales 2*. Lima: Grupo IDAT.
- De los Santos, A. (12 de octubre de 2018). [www.adelossantos.files.wordpress.com](http://www.adelossantos.files.wordpress.com). Obtenido de <https://adelossantos.files.wordpress.com/2010/10/teroria-del-color.pdf>
- Díaz, L. (01 de 2011). <http://www.academia.edu/>. Obtenido de [http://www.academia.edu/7731810/La\\_observaci%C3%B3n\\_-\\_Lidia\\_D%C3%ADaz\\_Sanju%C3%A1n\\_-\\_Texto\\_Apoyo\\_Did%C3%A1ctico\\_-\\_M%C3%A9todo\\_Cl%C3%ADnico\\_3o\\_Sem](http://www.academia.edu/7731810/La_observaci%C3%B3n_-_Lidia_D%C3%ADaz_Sanju%C3%A1n_-_Texto_Apoyo_Did%C3%A1ctico_-_M%C3%A9todo_Cl%C3%ADnico_3o_Sem)
- El Comercio. (03 de 05 de 2012). [www.elcomercio.com](http://www.elcomercio.com). Obtenido de [http://www.elcomercio.com/app\\_public\\_pro.php/actualidad/politica/diario-marco-67-anos-de.html](http://www.elcomercio.com/app_public_pro.php/actualidad/politica/diario-marco-67-anos-de.html)
- Ghinaglia, D. (14 de 12 de 2012). [fido.palermo.edu](http://fido.palermo.edu). Obtenido de [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/encuentro2007/02\\_auspicios\\_publicaciones/actas\\_diseno/articulos\\_pdf/CE-121.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/CE-121.pdf)
- Linares, M., & Gonzalez, M. (2015). Propuesta de indicadores para la gestión. *Bibliotecas anales de investigación*, 138-149.

- Lissitzky, L. (1923). *Topographie der Typographie*. Merz, 59.
- Ministerio de coordinación de empleo y producción. (2011). *Agendas para la transformación productiva territorial: provincia de Imbabura*.
- Morales, F. (18 de 04 de 2010). <http://www.academia.edu>. Obtenido de [http://www.academia.edu/4646164/Tipos\\_de\\_Investigaci%C3%B3n](http://www.academia.edu/4646164/Tipos_de_Investigaci%C3%B3n)
- Netdisseny. (2011). [www.reposital.cuaed.unam.mx](http://www.reposital.cuaed.unam.mx):. Obtenido de <http://reposital.cuaed.unam.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/1901/1/teoria-del-color.pdf>
- Pérez, P. (2008). "La evolución del código cromático de las portadas de Abc, 1936-1939". *Revista Latina de Comunicación Social*, 174-188.
- Peterson, E. (01 de 06 de 2009). [www.logocritiques.com](http://www.logocritiques.com). Obtenido de [http://www.logocritiques.com/resources/color\\_psychology\\_in\\_logo\\_design](http://www.logocritiques.com/resources/color_psychology_in_logo_design)
- profesorenlinea. (s.f.). <http://www.profesorenlinea.cl>. Obtenido de [http://www.profesorenlinea.cl/castellano/Periodico\\_Descripcion.html](http://www.profesorenlinea.cl/castellano/Periodico_Descripcion.html)
- Ramirez, F. (2015). El uso de la tipografía en el diseño editorial como medio de comunicación gráfica. *Revista estudios*, 1-10.
- Samara, T. (2004). *Diseñar con y sin retículas*. Barcelona: Gustavo Gili.
- tusflyers. (2012). <http://www.tusflyers.es>. Obtenido de <http://www.tusflyers.es/blog/medidas-din-a4/>
- Universitat Pompeu Fabra. (2001). *La prensa latinoamericana ante el siglo XXI 25 años de diseño periodístico*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.
- Yunquera, J. (2015). Tablet y smartphones. El diseño editorial obligado a adaptarse a los nuevos soportes informativos digitales. *adComunica*, 23.

# **ANEXOS**

**ANEXO 1**

**1.-Árbol de problemas**



## ANEXO 2

### 2.- MATRIZ DE COHERENCIA

| <b>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b>  | <b>OBJETIVO GENERAL</b>   |
|--|---|
| Los estudiantes y profesionales de comunicación visual y editorial desconocen la evolución del diseño de portadas de los periódicos impresos de la ciudad de Ibarra publicados desde 1987 hasta 2015.  | Difundir la evolución del diseño de portadas de los periódicos impresos de la ciudad de Ibarra publicados desde 1987 hasta 2015.para el mejoramiento de la calidad editorial.   |
| <b>SUBPROBLEMAS INTERROGANTES</b>  | <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>  |
| ¿Cuál es la evolución del diseño de portadas según qué teorías se las puede estudiar?<br>¿Cómo identificar la evolución del diseño de portadas en los periódicos impresos de Ibarra?<br>¿Cómo difundir los resultados de la identificación del diseño de portadas en los periódicos de Ibarra? | <ol style="list-style-type: none"><li>1 Investigar sobre diseño periodístico, teoría, psicología y fisiología del color mediante investigación bibliográfica para sustento teórico de este proyecto.</li><li>2 Determinar las tendencias del diseño de portadas de los periódicos impresos de Ibarra mediante investigación de campo para la identificación de la situación actual.</li><li>3 Compilar los resultados de la identificación mediante un libro que compile los resultados en el ámbito periodístico para su difusión.</li></ol> |

## ANEXO 3

### 3.- MATRIZ CATEGORIA

| CONCEPTO  | CATEGORÍAS           | DIMENSIONES           | INDICADORES  |
|---|----------------------|-----------------------|--|
| Diseño Editorial es una rama del diseño gráfico que centra sus esfuerzos en la organización de la información dentro de un soporte. | Diseño Editorial     | Diseño periodístico   | Soportes<br>Formatos<br>Contenido<br>Diagramación reticular<br>Recursos<br>Imagen<br>Tipografía<br>Color - tipos |
| Teoría del color es el resultado de la investigación científica acerca del espectro visible.  | Teoría del color     | Propiedades del color | Matiz<br>Valor<br>Saturación   |
|   |                      | Armonía del color     | Armonía en adyacente<br>Armonía en analogías<br>Armonía en triadas   |
|   |                      | Sistema del color     | Sistema de Munsell<br>Sistema de Kupper  |
| Fisiología del color estudia los fenómenos físico que se dan entorno a la vista.  | Fisiología del color | Caracterización       | Aspectos físicos<br>Espectro visible   |
| Estudia desde un criterio psicológico la percepción del color.  | Psicología del color | Análisis              | Significado por color<br>Semiótica del color   |

Fuente: Mirian Cristina Lligüicota Guacán



#### **4. Instrumentos de recolección de datos**

##### **ENTREVISTA**

El objetivo de esta entrevista es para la identificación de la evolución del diseño de portadas en los periódicos impresos de la ciudad de Ibarra publicados desde 1987 hasta 2015.

**Nombre:**

**Cargo:**

**Empresa:**

1. ¿Cuántos rediseños se ha hecho en el diario del 1987al 2015?
2. ¿Qué criterios se usan para saber que es momento de rediseñar un diario?
3. ¿En su diario utilizan plantillas, cómo las usan?
4. ¿Recibe capacitación, qué tipo de cursos, con qué frecuencia?
5. ¿Cuáles son sus necesidades teóricas, técnicas y creativas desde su puesto de trabajo? (actualización o capacitación continua de que temas)
6. ¿Hay normativas de uso del color en la elaboración del diario?
7. ¿El Diseñador Gráfico tiene total libertad de uso del color?
8. ¿Qué tendencias se siguen para la aplicación cromática en su diario?
9. ¿En qué casos utiliza armonías o contraste de color?
10. Con que criterios seleccionan las tipografías del diario
11. Cree usted que el color afecta el mensaje cuando se aplica en la tipografía

**Aprobado**

-----

MSc. Diego Córdova

**ANEXO 4**

**Entrevista del Diario la Hora Ibarra**



ARCHIVOS DEL DIARIO LA HORA DE IBARRA



**ARCHIVOS DEL DIARIO LA HORA DE IBARRA (EN LA CIUDAD DE QUITO)**



## ARCHIVOS DEL DIARIO LA VERDAD (MUNICIPIO DE IBARRA)



