



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación

Carrera de Comunicación

Análisis de la composición gráfica de las ediciones impresa de diario La Hora-Loja y digital de Hora32, periodo enero a abril 2023

Trabajo de Integración Curricular
previo, a la obtención del título de
Licenciada en Comunicación.

AUTORA:

Alisson Lilibeth Collaguazo Jaen

DIRECTOR:

PhD. César Sandoya Valdiviezo

Loja – Ecuador

2024

Certificación

Loja, 26 de junio de 2024

PhD. César Sandoya Valdiviezo
DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo proceso de la elaboración del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Análisis de la composición gráfica de las ediciones impresa de diario La Hora-Loja y digital de Hora32, periodo enero a abril 2023**, previo a la obtención del título de **Licenciada en Comunicación**, de la autoría de la estudiante **Alisson Lilibeth Collaguazo Jaen**, con **cédula de identidad N° 0706443934**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja para el efecto, autorizo la presentación para la respectiva sustentación y defensa.



PhD. César Sandoya Valdiviezo
DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Autoría

Yo, **Alisson Lilibeth Collaguazo Jaen**, declaro ser autora del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mí del Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Alisson Collaguazo Jaen', written over a circular stamp or seal.

Firma:

Cédula de Identidad:0706443934

Fecha: 26 de junio de 2024

Correo electrónico: alisson.collaguazo@unl.edu.ec

Teléfono: 0981374124

Carta de autorización por parte de la autora, para la consulta, reproducción parcial total y/o publicación electrónica de texto completo del Trabajo de Integración Curricular

Yo, **Alisson Lilibeth Collaguazo Jaen** declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Análisis de la composición gráfica de las ediciones, impresa de diario La Hora-Loja y digital de Hora32, periodo enero a abril 2023**, como requisito para optar el título de **Licenciada en Comunicación** autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los veintiseis días del mes de junio de dos mil veinticuatro.



Firma:

Autor: Alisson Lilibeth Collaguazo Jaen

Cédula: 0706443934

Dirección: El Oro - Piñas

Correo electrónico: alisson.collaguazo@unl.edu.ec

Teléfono: 0981374124

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director del Trabajo de Integración Curricular: PhD. César Sandoya Valdiviezo,

Dedicatoria.

A mi madre, quien fue participe de todo mi proceso estudiantil brindándome todo su apoyo. Gracias por todo.

Alisson Lilibeth Collaguazo Jaen

Índice de contenidos

Portada.....	i
Certificación.....	ii
Autoría.....	iii
Carta de Autorización.....	iv
Dedicatoria.....	v
Índice de contenidos.....	vi
Índice de tablas.....	ix
Índice de figuras.....	x
Índice de anexos.....	xi
1. Título.....	1
2. Resumen.....	2
Abstract.....	3
3. Introducción.....	4
4. Marco teórico.....	6
4.1 Medios impresos y digitales.....	6
4.1.1 Semejanzas.....	7
4.1.2 Diferencias.....	7
4.1.3 Tipos de medios impresos.....	8
4.1.4 Tipos de medios digitales.....	9
4.1.5 Periódico impreso.....	10
4.1.5.1 Contenido de un periódico impreso.....	10
4.1.5.2 Evolución del periódico impreso.....	11
4.1.6 Periódico digital.....	12
4.1.6.1 Contenido de un periódico digital.....	12
4.1.6.2 Evolución del periódico digital.....	13
4.2 Diseño gráfico.....	14

4.2.1 Historia.....	14
4.2.2 Principios del diseño gráfico.....	15
4.2.3 La maquetación.....	17
4.2.4 Diseño gráfico en medios impresos.....	17
4.2.5 Diseño gráfico en medios digitales.....	17
4.3 La composición gráfica.....	18
4.3.1 La composición gráfica en los medios impresos y digitales.....	18
4.3.1.1 Composición gráfica en medios impresos.....	19
4.3.1.2 Cambios en la composición gráfica para medios digitales.....	24
4.3.1.3 Composición gráfica en medios digitales.....	25
4.4 Diarios en Loja.....	27
4.4.1 La Hora Loja.....	27
4.4.1.1 Historia.....	27
4.4.1.2 Misión.....	27
4.4.1.3 Visión.....	27
4.4.2 Hora32.....	28
4.4.2.1 Historia.....	28
4.4.2.2 Misión.....	28
4.4.2.3 Visión.....	28
4.4.3 Composición gráfica en los medios: La Hora Loja.....	29
4.4.4 Composición gráfica en los medios: Hora32.....	29
5. Metodología.....	31
5.1 Área de estudio.....	31
5.2 Procedimiento.....	31
5.3 Enfoque metodológico.....	32
5.4 Método.....	32
5.5 Técnicas de recolección de datos.....	33

5.6 Instrumentos de recolección de datos.....	34
5.7 Criterios de inclusión	37
5.8 Criterios de exclusión.....	38
6. Resultados.....	39
6.1 Reultados de referentes teóricos.....	39
6.2 Resultados de fichas de observación.....	43
6.3 Resultados de entrevistas.....	47
6.4 Resultados de grupo focal.....	53
7. Discusión.....	60
8. Conclusiones.....	62
9. Recomendaciones.....	63
10. Bibliografía.....	64
11. Anexos.....	76

Índice de tablas:

Tabla 1. <i>Tipos de medios impresos</i>	8
Tabla 2. <i>Tipos de medios digitales</i>	9
Tabla 3. <i>Principios del diseño gráfico</i>	16
Tabla 4. <i>Información a recopilar en las fichas de observación</i>	35
Tabla 5. <i>Información a recopilar en entrevistas</i>	36
Tabla 6. <i>Información a recopilar en el grupo focal</i>	37
Tabla 7. <i>Elementos de composición gráfica de un medio impreso</i>	39
Tabla 8. <i>Elementos de composición gráfica de un medio digital</i>	42
Tabla 9. <i>Ficha de Observación de La Hora Loja</i>	44
Tabla 10. <i>Ficha de Observación de Hora32</i>	45
Tabla 11. <i>Entrevistas</i>	48
Tabla 12. <i>Grupo focal</i>	53

Índice de figuras:

Figura 1. <i>La evolución de los formatos del periódico.....</i>	19
Figura 2. <i>Los diferentes tipos de retículas</i>	20
Figura 3. <i>Clasificación de tipografías más usadas.....</i>	21
Figura 4. <i>Ejemplo de círculo cromático.....</i>	22
Figura 5. <i>Cabecera de Diario La Hora Loja.....</i>	22
Figura 6. <i>Las imágenes.....</i>	24
Figura 7. <i>Elementos multimedia básicos</i>	25
Figura 8. <i>El hipertexto.....</i>	31
Figura 9. <i>Estructura de módulo.....</i>	32

Índice de anexos

Anexo 1. Modelos de fichas de observación.....	76
Anexo 2. Transcripciones de entrevistas.....	77
Anexo 3. Transcripción de grupo focal.....	90
Anexo 4. Imágenes de diario La Hora Loja.....	110
Anexo 5. Imágenes de Hora32.....	114
Anexo 6. Material: Entrevistas y grupo focal.....	116
Anexo 7. Certificado de traducción del Abstract.....	117

1. Título

**Análisis de la composición gráfica de las ediciones impresa de diario La Hora-Loja
y digital de Hora32, periodo enero a abril 2023**

2. Resumen

La evolución de los medios de comunicación ha sido la causa de un constante cambio en la manera en que accedemos a la información y consumimos las noticias. De igual manera ha evolucionado la forma en la que se presenta, la parte visual juega un papel importante a la hora de elegir el medio del cual consumiremos la información.

Esta investigación fue realizada en la ciudad y provincia de Loja con el propósito de analizar los elementos de composición gráfica presentes en la versión impresa del diario La Hora-Loja y en el periódico digital Hora32. La intención es identificar los elementos y contrastarlos.

Para llevar a cabo este trabajo se empleó un enfoque cualitativo para obtener los resultados de la investigación. También se hizo uso de técnicas como la revisión de literatura, entrevistas y observación. Las herramientas utilizadas fueron una ficha de observación, las entrevistas aplicadas a expertos en diseño y comunicación, y la realización de un grupo focal.

A través del análisis e interpretación de los datos se pudo observar que en el diario La Hora existe una cuidadosa gestión de los elementos de composición gráfica. Elementos como su formato, los colores utilizados, su encabezado, las tipografías empleadas, posicionan su marca en la mente de quienes consumen la información. En el caso de Hora32, siendo un medio digital, se incorporan otros elementos gráficos como la interactividad, la multimedia y la hipertextualidad.

Las conclusiones nos proporcionan diferentes datos, entre ellos, la versión impresa de diario La Hora Loja utiliza elementos gráficos, pero tiene un estilo de antaño. Hora32, creada en un entorno digital, se adapta al modelo actual, pero carece de una identidad única. El contraste entre las versiones impresa y digital enfatiza la importancia de considerar las plataformas utilizadas durante el diseño.

Palabras clave: periódico digital; periódico impreso; diseño editorial; composición gráfica

Abstract

The evolution of the media has been the cause of a constant change in the way we access information and consume news. Likewise, the way in which it is presented has evolved, the visual part plays an important role when choosing the media from which we will consume the information.

This research was conducted in the city and province of Loja with the purpose of analyzing the elements of graphic composition present in the printed version of the newspaper La Hora-Loja and in the digital newspaper Hora32. The intention is to identify the elements and contrast them.

To carry out this work, a qualitative approach was used to obtain the results of the research. Techniques such as literature review, interviews and observation were also used. The tools used were an observation sheet, interviews with design and communication experts, and a focus group.

Through the analysis and interpretation of the data it was possible to observe that in the newspaper La Hora there is a careful management of the elements of graphic composition. Elements such as its format, the colors used, its headline, the typographies used, position its brand in the minds of those who consume the information. In the case of Hora32, being a digital media, other graphic elements such as interactivity, multimedia and hypertextuality are incorporated.

The conclusions provide us with different data, among them, the printed version of the newspaper La Hora Loja uses graphic elements, but has a style of yesteryear. Hora32, created in a digital environment, adapts to the current model, but lacks a unique identity. The contrast between the print and digital versions emphasizes the importance of considering the platforms used during design.

Keywords: *digital newspaper; printed newspaper; editorial design; graphic composition.*

3. Introducción

Las primeras noticias periodísticas aparecen en formas de hojas sueltas durante el siglo XV como respuesta a una sociedad que necesitaba estar informada. Se consideraría el principal medio masivo entre los países desarrollados. Más adelante con la llegada del internet, varios medios tradicionales tuvieron que mudarse a plataformas digitales con diseños atractivos que llaman la atención de los lectores. Scolari (2008) plantea que la nueva generación de medios digitales es más innovadora, interactiva y que además cuenta con la colaboración de sus usuarios, lo que representa un desafío para los conocimientos sobre los antiguos medios masivos.

En Ecuador, también se ha visto que varios medios escritos han tenido que moverse a plataformas en la web y otros nacieron como medios digitales. Diarios como El Universo, El Comercio y Extra, como un ejemplo, han logrado mantenerse gracias a sus versiones digitales, a pesar de ello siguen existiendo aquellas personas que continúan consumiendo las noticias en papel. Según el Estado Digital Ecuador 2019 - <Estadísticas Digitales Actualizadas> 2019, en Ecuador la cantidad de audiencia digital en 2018 llegó a los 13,8 millones de usuarios interconectados, es decir, un 81,17% de la población. Lo cual responde a un planteamiento de Costa (2008) en donde indica que nos guste o no, la civilización es y será visual.

Por otra parte, en Loja existen varios medios que funcionan en un formato tanto tradicional como digital, tal es el caso de diario La Hora y Hora32; este último nació como un medio digital y únicamente maneja ese formato. La composición gráfica de los ejemplares de ambos medios varía de manera significativa cuando se compara la versión impresa del primer medio en referencia con la del segundo.

En palabras de Álvarez (2003) el nuevo discurso cibernético, tiene al menos cinco características importantes que influyen en la estructura de la redacción de los discursos informativos, así como su presentación gráfica y visual. Es por ello que este trabajo se encargó de analizar la composición gráfica en la parte estructural de ambos medios, así como las semejanzas y diferencias que los identifican.

La presente investigación se centró en analizar la importancia de la composición gráfica de los medios La Hora y Hora32 en sus versiones impresas y digital, conocer sus características, diferencias y semejanzas que puedan existir en los medios de

comunicación analizados y cómo influyó la pandemia del coronavirus en la migración de las ediciones impresas a digitales. Para ello se elaboró un marco teórico que consta de cuatro capítulos, en donde se abordan aspectos como, los medios impresos y digitales, el diseño gráfico, la composición gráfica y los medios escritos en Loja.

Gracias al internet y al desarrollo tecnológico de los últimos tiempos se ven marcadas diferentes tendencias, que diversifican la forma en la que muchos medios presentan la composición gráfica de sus ejemplares, lo que de alguna manera influyen en los consumidores de la información.

Pregunta de investigación

¿La composición gráfica de la edición impresa de Diario La Hora y del medio digital Hora32 responde a las nuevas tendencias del periodismo generando impacto en los ciudadanos?

4. Marco teórico

a. Medios impresos y digitales

Los medios impresos se consideran una fuente tradicional para la comunicación en la que se hace uso de herramientas como el papel impreso, periódicos y revistas, para transmitir información de manera precisa. Los periódicos y revistas son accesibles y ofrecen información rápida y directa a los usuarios (Konstantinou et al., 2020). Según Fernández (2020), Johannes Gutenberg deseaba demostrar que la imprenta permitía crear libros tan bellos y perfectos como los manuscritos más impresionantes de la época, pero con la ventaja de poder producir 200 copias idénticas, que fue la cantidad de impresiones realizadas.

Para Mathews, (2021), esta "huella impresa" abarca no sólo los periódicos impresos, sino también otros productos como libros y revistas, que deben tenerse en cuenta para futuras investigaciones y examinar nuevas opciones. Según el criterio de Solans-Domènech et al., (2019) estos medios deben saber cómo equilibrar la experiencia del lector y esto se consigue creando un contraste entre la noticia y las opiniones.

A pesar del creciente uso de los medios digitales, el material digital aún tiene terreno en el mundo. En ese contexto, Kaminska (2019) plantea que físicamente un medio impreso tiene mayor calidad y no se limita al modelo básico de la digital convirtiéndose en un complemento para la relación académica sobre la impresión, lo que nos lleva a preguntarnos sobre las diferencias existentes entre lo "antiguo" y lo "nuevo".

El modelo impreso ha constituido y sigue constituyendo un papel importante al día de hoy. Es innegable que la digitalización es la actual preferencia de los internautas, pero no por eso deja de ser indispensable.

Siguiendo con el segundo punto, los medios digitales hacen uso de tecnologías de comunicación e información, que pueden ser sitios web, aplicaciones móviles y redes sociales. En esta nueva época digital, los medios han experimentado diversos cambios por la influencia de los nuevos modelos de comunicación (Doroschuk y Karpova, 2020).

Es innegable que la lectura en papel está siendo reemplazada por herramientas digitales como E-books y blogs, dado que éstas utilizan tecnologías de información y comunicación, cambiando así la forma tradicional de comprensión lectora (Castillo,

2023). En la misma línea, para Rubtsova (2019) la manera en que percibimos los medios digitales como una nueva forma de comunicación, presenta muchas oportunidades para estudiar cómo progresan nuestras destrezas mentales en esta sociedad digital.

El nuevo modelo de comunicación representado por los medios digitales facilita la obtención de información ya que los usuarios tienen más opciones para contrastar sus fuentes y así mismo mantenerse al día con las tendencias.

4.1.1 Semejanzas

Al partir del mismo modelo escrito, podemos encontrar múltiples semejanzas entre ambas versiones, estas son alguna de las tantas:

- Ambos medios son usados como herramientas en los salones de clases. Según un estudio realizado por Kara, et al. (2019), las lecturas en estas dos versiones son igual de factibles para usarse como materiales de trabajo en las aulas de escuelas y colegios. Además, viéndolo desde un enfoque práctico y a pesar de la llegada de los medios digitales no se debe dejar de lado el valor de los medios impresos en la publicidad, sobre todo en campos como la mercadotecnia (Venkatraman, et al., 2018).
- Si bien es cierto, en las colecciones bibliotecarias se prioriza el contenido digital también se sigue considerando el uso de papel como los libros de texto y las impresiones para el apoyo del aprendizaje estudiantil (Johnston y Salaz, 2019). Para Jaks et al. (2019) los medios digitales se usan a la par que los medios impresos, no los sustituyen. Puede que sean tendencia en estos días, sin embargo, las impresiones son insustituibles (Chen, 2022).

4.1.2 Diferencias

Así como semejanzas también encontramos diferencias en la presentación de ambos modelos escritos.

- Debido a la creciente popularidad de los medios electrónicos en los últimos años, también se ha presenciado una baja en las ventas de los impresos (Lincényi et al., 2022). Esto ocurre debido a que los medios digitales poseen una mayor ventaja, puesto que tiene una traducción automática, lo cual tiene mayor facilidad para que llegue a más partes en

el mundo, contrario a lo que sucede con los medios impresos que deben pasar por una etapa de traducción (Geismar, 2018).

- Por otro lado, y en palabras de Rizk, y Davies (2021) el uso de medios digitales en el salón de clases hace que se pierda la participación que los estudiantes si presentan con materiales impresos. Pese a esta información, los medios digitales se usan mayoritariamente en las aulas universitarias (Kara et al., 2019).

4.1.3 Tipos de medios impresos

Los medios escritos están divididos en: periódicos, boletines revistas y pancartas

Medio impreso	Concepto	Autor
Periódico	Un periódico es una colección de artículos dividido en varias secciones, entre ellas podemos encontrar temas relevantes como, política, deportes y cultura. De igual manera, éstas facilitan la entrega de información para sus lectores.	García y Juárez, 2018
Boletín informativo	El boletín es un informe impreso de comunicación personalizados y económicos que al día de hoy se siguen siendo muy utilizados, éstos se encargan de presentar información relevante, útil y atractiva para su variado público.	Brenes y Higgins, 2021
Revista	La revista ha sido y al día de hoy también es considerada como una distribuidora de contenido que puede	Moreno, 2018

incluir temas sociales y de conocimiento, lo que a su vez revela su valor e importancia.

Pancarta La pancarta es aquella que tiene la función principal de indicar lugares y fechas para la celebración de eventos, conferencias, entre otros.. Rao, 2018

Tabla 1. Tipos de medios impresos

Fuente: Elaboración propia

4.1.4 Tipos de medios digitales.

Los medios digitales son: sitios web de noticias, redes sociales y páginas web.

Medio digital	Concepto	Autor
Páginas web	Una página web es aquella agrupa gran cantidad de información en un solo dominio en la web. Estos sitios se ven acompañados por texto, imágenes, video, gráficos y sonido.	Yulida et al. (2021)
Sitios web de noticias	Son los sitios web pertenecientes a los medios de comunicación que nos tienen al tanto de la información diariamente.	Karimi et al. (2019)
Redes sociales	Las redes sociales son producto directo de la digitalización y las telecomunicaciones modernas que	Bessarab et al., 2021

dieron fruto al internet y a la llamada sociedad de la información. Éstas redes facilitan el intercambio de información entre los usuarios.

Tabla 2. Tipos de medios digitales

Fuente: Elaboración propia

4.1.5 Periódico impreso.

El periódico es aquel medio que se caracteriza por proporcionar información dentro de un formato físico. Proporcionada esta información, autores como Sudaryana y Prakosa (2023) lo definen como un medio tradicional que posee su propio lugar dentro del mercado informativo, el público tiene diversas opciones de contenido, lo que se traduce en una satisfacción con respecto a sus necesidades informativas.

Los periódicos son instrumentos importantes dentro de esta sociedad sobre informada. Aún en esta época existen quienes prefieren informarse desde un formato físico, el formato impreso todavía es considerado una excelente opción, sin embargo, la variedad de instrumentos de comunicación ha incrementado.

La pérdida de este modelo de periódico se ha ido acrecentando en los últimos años, es por esto que autores como Fortunati y O'Sullivan (2019) lo definen como un viejo modelo de comunicación que lucha desesperadamente por mantenerse en pie. Premisa con la que está de acuerdo Benaissa (2019), quien afirma que los medios impresos han decaído en los últimos años, por lo que así mismo ha bajado su influencia en las nuevas generaciones.

En la actualidad a los consumidores de información se les facilita más acceder a ésta por medio de la web es por ello que el periódico impreso ha ido perdiendo terreno en los últimos años y su influencia dentro de la sociedad no es la misma que solía ser en sus inicios.

4.1.5.1 Contenido de un periódico impreso.

Al ser uno de los pioneros en cuanto a distribución de información se refiere, el periódico impreso ha marcado pautas para los contenidos de otros medios. Dentro de este marco, Sudaryana y Prakosa (2023) afirman que la forma en que este medio muestra sus contenidos como, entretenimiento, notas científicas, ofertas de empleo y publicidad, dan como resultado que las personas todavía se aferren al modelo antiguo. En relación a lo antes planteado, Denissova et al. (2020) considera que el contenido de este medio se basa sobre todo en lo comercial. En pocas palabras, en lugar de atender lo importante le presta mayor importancia al entretenimiento.

Por tanto, Bogdanov (2019) creó un análisis del papel fundamental del periódico en cuanto a satisfacer las necesidades informativas de sus lectores. El autor llegó a la conclusión de una inminente influencia de la digitalización en la popularidad del periódico, esto en cuanto a su versión digital la impresa no corre la misma suerte, sobre todo en las nuevas generaciones.

Los contenidos que este medio ha presentado desde sus inicios, siguen siendo populares en la actualidad. La diferencia radica en que la generación actual consume la información principalmente desde el internet.

4.1.5.2 Evolución del periódico impreso.

La evolución de lo impreso a lo digital ha sido un largo proceso. Según señala Shoop-Worrall (2019) desde los inicios de la digitalización se propusieron innovaciones para competir con los nuevos medios y con el objetivo de llegar a la mente de los lectores locales. Otros autores como Hillgärtner (2018), sostienen que sus orígenes se remontan en el siglo XVII, al tener gran éxito en poco tiempo logró contar con eficaces redes internacionales. En palabras de Robinson (2020), ya en el siglo XIX se trasladó la publicidad, que anteriormente iba ubicada en las portadas y contraportadas, a los Clasificados, siendo un lugar menos prominente, pero aun así vistoso, además se trabajó en las variaciones en su estructura y el contenido visual.

El siglo XX también fue clave para la evolución del periódico, desde la posición de Palau-Sampio y Cuartero, (2022) citando a Schudson, (1990), para esta época la visión tradicional se continuaba manteniendo entre hechos y opiniones, lo que es muy propio del periodismo anglosajón, a su vez teniendo sustento en la objetividad periodística de la época. Sin embargo, según cuentan Palau-Sampio y Cuartero (2022) el sistema

tradicional de la época era incapaz de contestar a fenómenos como el Neo periodismo que surgió apenas en la década de los sesenta.

Según palabras de Nikonova (2020), los tiempos modernos los periódicos han tenido varios cambios, tales como el diálogo y la emotividad, a la par continúan manteniendo algunas características, como la función del mensaje, la concisión y brevedad. Dentro de la perspectiva de Shevtsova (2019), los titulares también han tenido un proceso de cambio y evolución, priorizando la composición estilística y el mejoramiento de su estructura.

4.1.6 Periódico digital

Como se ha estado tratado anteriormente el periódico digital es un producto de la globalización. Ha sido un largo proceso de evolución que ha dado como resultado el modelo interactivo que conocemos hoy en día, siendo este uno de los medios de comunicación más utilizados por las nuevas generaciones.

Tomando en cuenta lo mencionado en el párrafo anterior, Indarte (2019) lo define como una tecnología que se basa en el dominio de la web y que permite intercambiar y compartir la información más reciente y relevante en el mundo. Sumado a esto, desde la posición de Åkesson et al. (2018) los medios tradicionales buscan inmiscuirse en el nuevo mercado periodístico, pero la digitalización rápidamente se ha convertido en una traba. Al ser un dominio que forma parte de la web se ha esparcido de manera inmediata en la vida de una sociedad globalizada.

Cabe considerar que el traspaso de lo impreso a lo digital es inminente, Chyi y Tenenboim (2019) sostienen que las empresas que pertenecen al mundo del periodismo al estar motivadas por el potencial del internet, han gastado suficientes recursos en digitalizar su contenido para distribuirlo a través de nuevos canales. De acuerdo con Sreekala y Baby (2019). A este caso también le sumamos las múltiples ventajas para acceder a la información mediante el uso de la web, además de que se reducen ampliamente los costes de producción. Visto de otra forma, los recursos que se invierten en digitalizar tal medio, ayudan al posterior ahorro de recursos que se usa en materiales impresos como el papel.

4.1.6.1 Contenido de un periódico digital

Siguiendo con el modelo digital, éste parte de su predecesor, el modelo impreso. Para esto contamos con las perspectivas de Hoewell y Gruszynski (2020) quienes le suman nuevas formas de por su naturaleza cibernética y a la vez lo estructuran según su género, secciones, temáticas, potencial web, modalidades y formatos del periodismo. En palabras de Naoum et al. (2019), estos periódicos suelen segmentarse en contenidos y artículos, como en anuncios, todo esto gracias a un sistema 2D modernizado.

Dentro de internet podemos encontrar grandes cantidades de contenidos de diversos temas, lo cual es preocupante según Hendrix (2020), quien cuestiona que el contenido noticioso existente en internet es mínimo en comparación a otro tipo de contenido y desinformación, contrario a lo que ocurre con el formato impreso. En relación a esto, para Hassan et al. (2021) los medios digitales son capaces de proporcionar noticias creíbles, además de conseguir anunciantes. El contenido que ofrece la web es muy variado, así que el consumo de este depende del comportamiento de los usuarios y el uso que le dan.

4.1.6.2 Evolución del periódico digital

Siendo el periódico digital un producto directo de la globalización, éste ha pasado por varias etapas desde sus inicios hasta el modelo de conocemos hoy en día, el mismo sigue en constante desarrollo y aún tiene mucho por ofrecer. Desde el punto de vista de Ureta et al. (2020), la evolución al momento de publicar y ordenar el contenido es el resultado de la interacción directa entre el periódico digital y el público.

Para empezar este recorrido, Tasençe (2020) señala que el nacimiento de la era digital tuvo lugar a fines del siglo XX e inicios del siglo XXI, siendo este un periodo lleno de transformaciones en los procesos comunicativos y de tecnología. Desde hace poco más de dos décadas el periódico ha estado cambiando para así adaptarse a las necesidades de su nuevo público. Según refiere Peña-Fernández et al. (2021) es debido estas razones que los medios digitales han evolucionado a lo largo de los años, pasaron de un formato estático a uno más móvil y dinámico, lo que ha dado lugar a un equilibrio entre la imagen y el texto.

En concordancia a esto, Atar (2019) plantea que el deseo de evolucionar de un modelo tradicional a uno digital surge tras el progresivo uso de los medios digitales por parte de los nativos digitales. Conforme a lo señalado, Åkesson et al. (2018) explica que

este hecho resulta en una mejor interacción entre el formato antiguo y las nuevas tecnologías, además de tener una constante reestructuración. La generación actual conocida como generación Z, es la que ha sido parte de este proceso de transformación y por ende consumen información mayoritariamente desde un modelo web que se transforma diariamente.

4.2. Diseño gráfico

Empleando las palabras de Schindler y Müller (2018), las diferencias entre los diseños de una gran variedad de periódicos son notorias y estas saltan a la luz en contraposición a los estilos clásicos, esto se hace más claro en la connotación ideológica de las tipografías y los colores.

Es preciso agregar que, desde un sentido tipográfico, Waseif et al. (2020) destacan que este es un elemento de suma importancia para los medios visuales, ya que, debido a su capacidad para transmitir mensajes claros, legibles y atractivos influye enormemente en los receptores. Es por esto que para Proaño (2020) el diseño editorial se desenvuelve técnicamente a un nivel modular estableciéndose a través de la paginación.

El diseño de un medio varía dependiendo de las necesidades del mismo, trabajar con el modelo tradicional no es lo mismo que hacerlo con el digital, además de que se apela a diferentes públicos. Sumando a esto, elementos como la tipografía constituyen un papel importante ya que se encargan de transmitir el mensaje de una manera clara.

Empleando las palabras de Brigas et al. (2023), el aumento de información y su complejidad se han acrecentado hoy en día y con ello también las representaciones gráficas, dotando de mayor significado a la información presentada gracias a su capacidad para comunicar. El llamado atractivo visual también cambia con los años, González et al. (2018) refieren que, aunque el diseño periodístico ya tiene sus años, ha ido evolucionando en conjunto con el periodismo. La forma en la que se cuentan historias varía dependiendo en la época en la que se hace, es por ello que tanto el diseño como el proceso comunicativo también lo hacen.

4.2.1 Historia

El área del diseño gráfico se considera un tema nuevo por la llegada de los medios digitales, sin embargo, no lo es, sus orígenes datan desde la antigüedad. Según señala

Philip (2017), en países como China, Egipto, Roma y Grecia los manuscritos eran utilizados para difundir los textos sagrados que eran escritos e ilustrados en pergamino, además de ser cocidos en cuaderno pegados con páginas giratorias como las que tenemos hoy en día.

Relacionado a lo antes expuesto, el diseño gráfico en sus inicios no se considerado una disciplina, esto hasta el siglo XX, a pesar de que profesiones como la ilustración y la tipografía existían desde hace varios siglos. Para Peña (2020), anteriormente no se le daba mayor importancia al campo del diseño y se minimizaba su atención en las universidades modernas, por esto su tardía denominación.

En resumidas cuentas, el diseño gráfico ha tenido prevalencia desde el siglo pasado, sin embargo, para ese entonces no se lo consideraba un campo de estudio minimizándolo a ser solo un atractiva, fue la digitalización la encargada de cambiar este paisaje convirtiéndolo en algo profesional.

A juicio de Peña (2020) citando a Julier (2006), antes de ser catalogado como lo que es actualmente, hubo un hito que cambió las cosas, esta es la llamada revolución industrial, la cual tuvo una importancia crucial para que el diseño pueda ser catalogado como una herramienta de creación de imágenes publicitarias. Esto hecho ha permitido beneficiar a la mano de obra analfabeta dándole información, esto como una respuesta tras el rápido avance industrial.

Actualmente, al momento de crear el diseño de una marca, uno de los primeros aspectos a tomar en cuenta es la composición gráfica. Desde la posición de Calvache (2017), cada vez existen más problemas al momento de diseñar, puesto que con el pasar del tiempo el arte de innovar va en decadencia y toma distancia del sistema tradicional.

Eventos importantes como la revolución industrial permitieron explorar a la composición o diseño gráfico como la importante materia que es, tanto así que las diferentes marcas hoy en día tratan de imponer su marca empezando por el escenario visual, aunque muy pocos logran innovar. El diseño actualmente se complementa con elementos interactivos como el sonido y video y ya no solo se trata de imágenes, tipografía composición y color.

4.2.2 Principios del diseño gráfico

Según Wood (2019) estos principios comprenden la creación de diferentes planes de marca, la teoría del color y la elección de la tipografía para crear un mayor atractivo visual. Para Barbero (2019) se trata comprenderlos y tener habilidades visuales.

Podemos encontrar principios como:

Principios	Concepto	Referencia
Énfasis	Son todos los cambios que le dan mayor relevancia a un elemento en particular del producto a mostrar, con motivo de que el usuario ponga su mirada en ese detalle específico.	Mairena et al., 2020
Balance	Representa el equilibrio entre el texto y la imagen para crear una lectura mucho más cómoda.	Otao y Satoh, 2021
Contraste	Son las diferencias que se recalcan dentro de las características visuales de un diseño.	Shokrollahi, Maybodi y Mahmoudi-Aznaveh, 2020
Repetición y patrones	Son un conjunto de elementos repetitivos que generan deformaciones, variaciones o ruido en el color.	Rodríguez-Pardo et al., 2019
Proporción	Es el espacio existente y que divide a los elementos de la composición.	Mairena et al., 2020
Movimiento	Consiste en la incorporación de movimiento y elemento animados.	Wood, 2019
Espacios en blanco	Da un atractivo estético y mejora la comprensión de los temas presentados.	Hearts et al., 2019
Unión	La unión es la co-segmentación de los elementos anulando los fondos de imagen.	Han et al., 2018
Variedad	Se trata de la diversidad al presentar los productos para satisfacer las diferentes demandas.	Holguín, 2020

Tabla 3. Principios del diseño gráfico

Fuente: Elaboración propia

4.2.3 La maquetación

Un concepto ligado al apartado del diseño gráfico es la maquetación, misma que se encarga de organizar todos los elementos gráficos presentes en el diseño. Romero (2021), citando a Buen (2000) plantea que cada una de las piezas correspondientes a un material escrito, entre estos, las letras, palabras, oraciones y signos solamente adquieren un valor al estar agrupadas. Al estar separadas el lector no entiende claramente el significado de lo que se quiere transmitir, puede entender cualquier cosa. Si bien es cierto, la composición depende del diseñador, no se puede dejar de lado el objetivo de comunicar algo y que sea entendible.

4.2.3 Diseño gráfico en medios impresos.

Para entender este tema es preciso ejemplificarlo, por ello, para Guan y Wang (2022) este tiene que ver con el diseño de carteles, encuadernación de libros y empaque de productos. En palabras del autor Xiang (2021), el desarrollo de imágenes con programas informáticos es un modelo que funciona y se intensifica cada día. Lo que quiere decir que desde sus inicios el modelo ha tenido que trabajarse para atender las necesidades de los nuevos públicos emergentes.

En referencia a lo planteado, el modelo impreso sigue ciertas pautas al momento de diseñar, en palabras de Mulyani, Fadli y Seta (2023) el arte del diseño gráfico hace uso de puntos y líneas para crear información e imágenes para su impresión. Según señala Wood (2019) los mensajes resultan atractivos gracias al uso de la imagen, color y tipografía por parte del diseño gráfico, de esta manera la comunicación visual proporciona sus marcas. El modelo tradicional y su sistema basado en líneas y puntos ha resultado en una base para el diseño posterior de su versión digital que implementa nuevos elementos.

4.2.4 Diseño gráfico en medios digitales.

Retomando el último párrafo del tema anterior, el diseño gráfico también ha evolucionado. Como señala Sabry y Aboelnaga (2021), la producción impresa representa el ayer, en la actualidad se hace uso de herramientas computarizadas para dar experiencias interactivas. Tomando esto en cuenta Xin-xin y Wan-yu, Z (2020) indican que el diseño

gráfico ha sabido adaptarse combinándose con la tecnología, lo que se traduce en una nueva forma de arte que se acomoda al gusto del público.

El atractivo del diseño de un medio digital radica en la variedad de instrumentos a utilizar para hacerlo más llamativo. Desde la postura de Rachmawati et al. (2021) el diseño gráfico es un medio de comunicación visual porque transmite mensajes integrando elementos como imagen, texto y apariencias. Tomando en cuenta la postura de Tian (2022), la fusión de estos componentes visuales y la inteligencia artificial, han establecido un sistema que mejora el nivel de satisfacción del usuario optimizando su experiencia. Este modelo facilita entonces la retención de la audiencia al hacerlo más llamativo.

4.3. La composición gráfica

La composición gráfica es la que se encarga de crear y organizar el contenido visual en forma de publicaciones como revistas, libros y periódicos. De este modo, Punia (2023) refiere que ésta se basa en un modelo que hace un libre uso de elementos visuales, tales como los retratos, tipografías, ilustraciones y fotografías. La composición gráfica se liga directamente al terreno de diseño para medios audiovisuales, también se usa para otros tipos de diseños que tengan relación con las representaciones gráficas.

El apartado gráfico es la carta de presentación de cualquier medio, es lo que asegura que el público pase de la portada y consuma la información, algo con lo que está de acuerdo Martín-Sanromán et al. (2022), quien asegura que la composición visual es parte importante de la identidad visual de su marca y traspasa de manera simbólica la imagen de sus productos.

El apartado gráfico también actúa como una guía para el lector, este el gancho para llamar la atención de quien lo visualiza, por ende, es muy importante hacer uso de todos sus beneficios. Como lo hace notar Štefanac (2022), quien afirma que es incorrecto separarla de la parte escrita que la acompaña. Dicho de otro modo, los elementos visuales son fundamentales desde un punto de vista editorial, puesto que enriquecen enormemente el contenido de las publicaciones.

4.3.1 La composición gráfica en los medios impresos y digitales.

Según la percepción de Došen y Brkljacic (2018) los elementos predominantes en el diseño de un periódico, no son más que el diseño, las fotografías y el color, por

consiguiente, estos componentes afectan a la impresión visual que tiene el lector sobre la marca. Como expresa Paris (2018), en esta nueva era los medios incluyen múltiples plataformas, fuentes de noticias y análisis de datos.

4.3.1.1 Composición gráfica de un periódico impreso.

Según Lerma (2021) citando a Bhaskaran (2006), se conforma por los siguientes elementos: formato, retícula, tipografía, color, cubierta o cabecera y el uso de las imágenes.

Formato:

Es el diseño de la información utilizando la expresión emocional y el estilo visual para ganar la atención del lector y asimismo transmitirla de manera correcta (Liu y Pang, 2019), entre los más comunes se encuentran: Sábana (56 x 43,3 cm), Berlinés (47 x 31,5 cm), Tabloide (35,5 x 25,5 cm) y Anglicismo (27,9 cm x 43,2 cm) con sus tamaños aproximados (Franco, 2017, p. 37).



Figura 1: La evolución de los formatos del periódico

Fuente: Mora (2017)

Retícula:

Autores como Franco (2017) lo definen como una relación de armonías y la información, estas son una guía fundamental para la repartición de datos del formato, tomando en cuenta que cualquier diseño se forma de varios elementos visuales como, las imágenes, el texto, símbolos, titulares, entre otros. En otras palabras, la retícula organiza a cada uno de ellos.

Ortiz (2021) citando a (García, 2016), indica que existen cuatro tipos de retículas:

Manuscrita: Tiene una sola columna, el texto se ordena de manera secuencial, empleando la mayoría de la parte de la página, lo que hace su lectura más concisa.

Modular: Tiene divisiones que pueden ser tanto verticales como horizontales, con las que se crean pequeños módulos ubicando elementos de diferentes tamaños.

De columnas: tiene dos o más columnas ordenadas de manera simétrica, lo que permite mayor visibilidad y disposición de elementos en la página.

Jerárquica: Tiene una mayor flexibilidad en cuanto al número de columnas y la adaptabilidad de la información a los elementos de diseño.

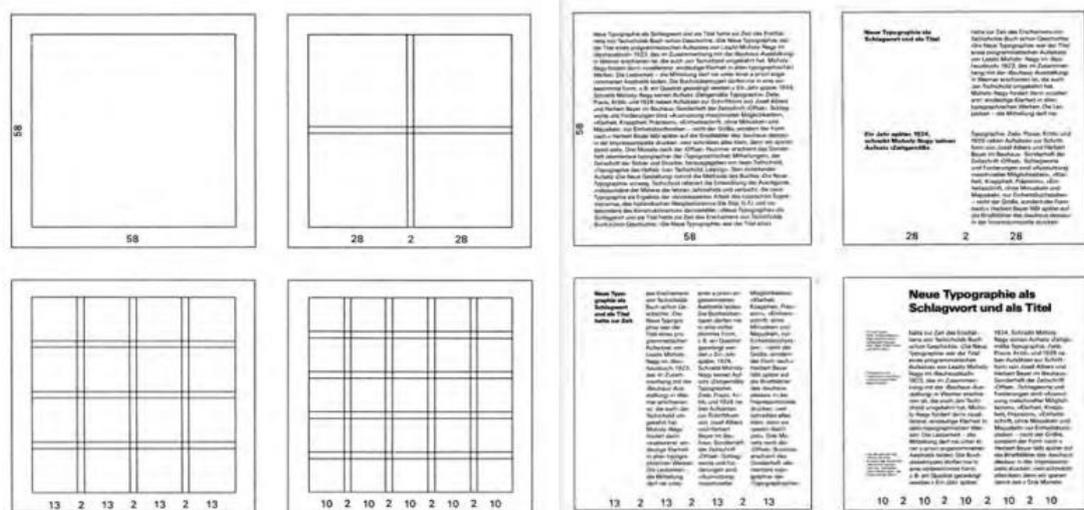


Figura 2: Los diferentes tipos de retículas.

Fuente: Moret (2017).

La tipografía

Luna (2018) lo define como un diseño centrado en la legibilidad en una lectura, donde se toman decisiones estéticas para hacer que el texto sea más comprensible, tenga facilidad de transmisión, sea atractivo y significativo.

Para García (2020), la tipografía se clasifica en: Romana antigua, romana moderna, egipcia, sans serif, script y decorativas.

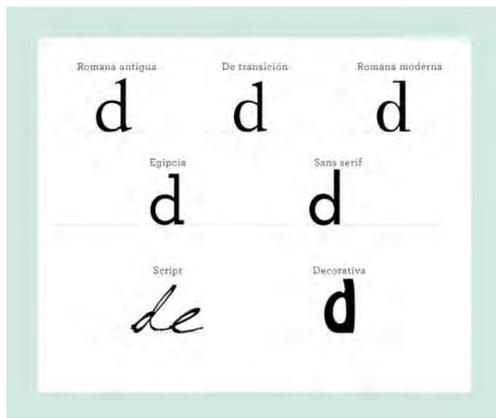


Figura 3: Clasificación de tipografías más usadas.

Fuente: García (2020).

Color:

Según la perspectiva de Hussain et al (2018), el color es una identidad única de los objetos, que se desarrollan a partir de pigmentos que capturan la luz de específicas longitudes de onda y previenen que algunas de ellas se reflejan o transmiten. De acuerdo con Lahoti (2021), el color es un elemento esencial de nuestra percepción óptica y experiencia ambiental, que afecta a los individuos de diferente manera, según la cultura, el género, su edad y demás factores biológicos.

Empleando las palabras de Hettiarachchi y Silva (2019), la teoría del color es un tema importante de abordar, también resalta la diferencia entre los colores fríos y cálidos y el impacto que tienen en las personas basado en sus reacciones psicológicas y factores concretos del color. Gunnell et al. (2019) complementa este tema haciendo énfasis en los colores fríos son tonos como el azul, verde y pasteles suaves; los colores cálidos resaltan visualmente y son el naranja, rojo y amarillo.

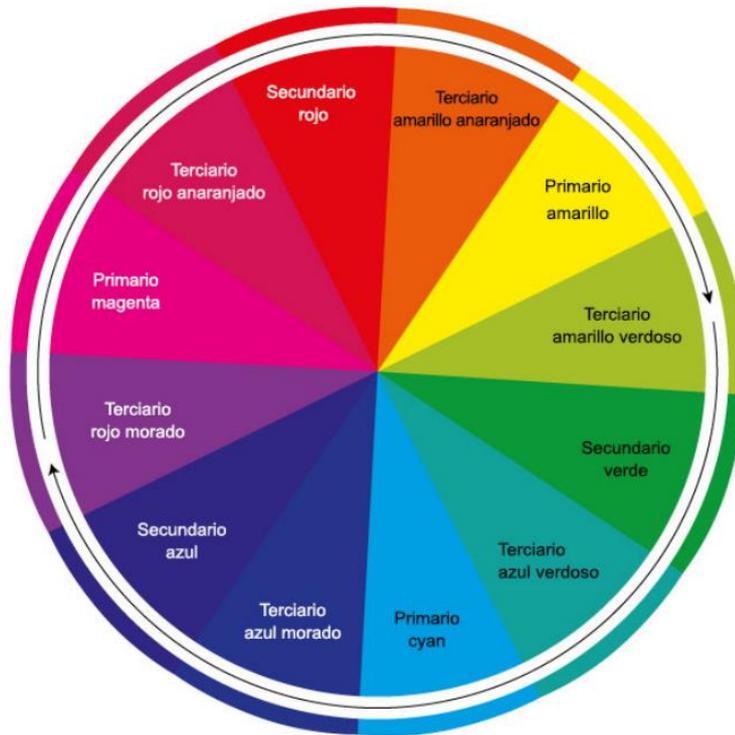


Figura 4: Ejemplo de círculo cromático

Fuente: Ambrose y Harris (2006)

Cubierta o cabecera

De acuerdo con Coté y Lemak (2018), la cubierta es la parte superior de un periódico, en la que se encuentra el título, fecha de emisión y el autor. Para González-Díez y Cuadrado (2014), la cabecera es un elemento esencial para la identidad visual del periódico, ya que le permite adoptar una imagen propia, además de diferencial frente a la competencia.



Figura 5: Cabecera de Diario La Hora Loja.

Fuente: La Hora (2023)

Imágenes

Según Burden (2022), la imagen en la prensa tiene un muy marcado poder de comunicación, ya que se combinan con el resto de información como el texto y los pies de foto, que guían la lectura. Rodríguez (2019) la entiende como una narrativa visual que explica los hechos, mismos que resultan ser manipuladas por la subjetividad de quien la tomó, lo que influye en cómo es percibida la realidad para el lector o grupo social.

Ortiz (2021) citando a Medellín (2011) indica que existen algunos tipos de imágenes en el periódico: fotonoticia, ilustración, infografía, fotomontaje, gráficas y humor gráfico.

Fotonoticia: Es la que representa por sí sola a la noticia correspondiente.

Ilustración Esta añade valor adicional al texto mediante el uso de dibujos o imágenes.

Infografía: Es un gráfico explicativo que facilita la comprensión de la información que se presenta.

Fotomontaje: se entiende como una fotografía alterada que tiene la función de hacer ver la realidad más expresiva.

Gráficas: Se las conoce como las representaciones visuales de estadísticas y datos.

Humor gráfico: Es la interpretación humorística de la realidad.



Figura 6: Las imágenes.

Fuente: Medellín (2011).

4.3.1.2 Cambios en la composición gráfica para medios digitales

Con la llegada de la globalización, los medios impresos se han adaptado a modelos digitales. Para Salinas (2017), en la actualidad el contenido informativo se transmite por medio de la combinación de lenguaje escrito, animación, vídeo, audio, gráficos y enlaces. Con esto el lector puede destapar el contenido a su disposición y obtener más datos. Salinas (2020) señala que, los productos presentados en la pantalla tienen diferentes condiciones a las que acostumbra la lectura tradicional, tal es el caso de la distancia de lectura que varía dependiendo del tipo de pantalla, así como la posibilidad de interactuar con los botones y la barra de navegación. Además, el dispositivo de lectura cuenta con otras características como el brillo, el cursor y la apariencia creada con píxeles.

Bajo la perspectiva de Salinas (2020) las herramientas interactivas del panel de diseño de igual forma son indispensables, tales como la animación, multimedia,

hipervínculos, formularios, estados de objetos y botones interactivos, estas cuentan con limitaciones respecto a su competencia al interactuar con el hardware. Magadán y Rivas (2019) enfatizan que la falta de un diseño preciso para las publicaciones digitales genera dudas en los editores, porque aún en el sistema actual se continúan aferrándose a modelos tradicionales, sin crear modelos alternativas ni explorar nuevas alternativas.

4.3.1.3 Composición gráfica de un periódico digital.

Como ya sabemos este se basa en el modelo del periódico impreso, lo que convierte al periódico digital en una especie de híbrido, ya que esta combina elementos tradicionales y la presentación de la información del internet. Bajenova (2016) señala que en el último encontramos elementos de la nueva era como la hipertextualidad, interactividad y elementos multimedia.

Multimedia: En palabras de Mair y Kartika (2021), este elemento integra elementos ya vistos como la escritura, imágenes, sonido, texto, animación y video, facilitando la toma de decisiones para los internautas.

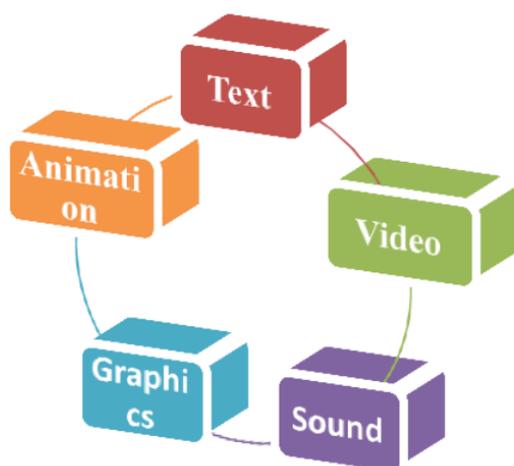


Figura 7: Elementos multimedia básicos.

Fuente: Thamarana, Simhachalam (2016).

Hipertextualidad: Según la perspectiva de Ensslin (2020), es el conjunto de documentos y medios digitales que están relacionados a través de enlaces, estos ofrecen experiencias personalizadas que permiten una lectura no lineal entre textos. Para Hutahaeen et al. (2022) un concepto que se relaciona al anterior es la hipermedia,

misma que maneja elementos como gráficos, audio, video y texto conectándolos de igual manera.

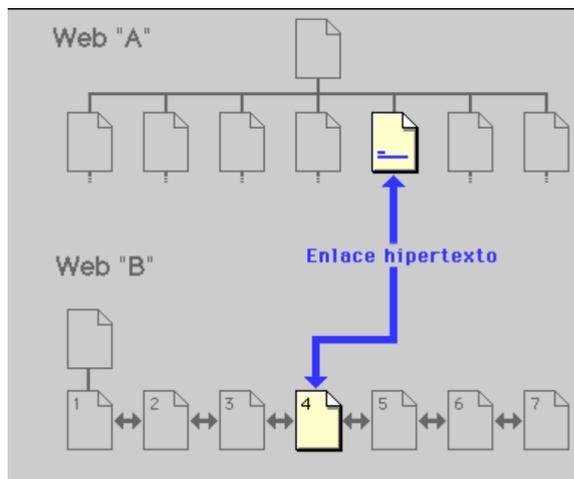


Figura 8: El hipertexto.

Fuente: Lapuente (2006).

Interactividad: Para Said (2019) el ser interactivo implica una conversación entre la aplicación y el usuario, actualmente también se integra a la inteligencia artificial y por supuesto, el uso de lenguaje natural.



Figura 9: Estructura de módulo.

Fuente: Silva-Quiroz, Fernández y Astudillo (2016).

4.4 Diarios en Loja

En Loja, existen varios diarios populares, pero los objetos de estudio son, La Hora - Loja y Hora32

4.4.1 La Hora Loja

La Hora es una empresa periodística que cuenta con varios diarios regionales siendo estos de carácter local. La Hora mantiene el eslogan “Lo que necesitas saber”, además de contar con seis ediciones que se enfocan en cubrir las necesidades de cada uno de sus lectores, ya sean de la comunidad, el país o el mundo (La Hora, 2021).

4.4.1.1 Historia

Diario La Hora Loja inicia su circulación el día el 1 de agosto de 1997. Fue fundado por los señores Eduardo Vivanco, Ramiro Palacios y Francisco Vivanco. Sin embargo, en otros lugares a nivel nacional comenzó mucho antes, esto desde el año 1981. Este diario llegó a recabar información y posicionarse en varias provincias del país, tales como: Quito, Esmeraldas, Santo Domingo de los Tsáchilas, Tungurahua, Imbabura, Loja, Carchi, Los Ríos, Cotopaxi y Zamora Chinchipe (La Hora, 2021).

4.4.1.2 Misión

Producir medios de comunicación regionalizados, comprometidos únicamente con la comunidad, constituyéndonos en la mejor fuente informativa.

Nuestra compañía se basa en la independencia, el pluralismo y la credibilidad y está sustentada en los más altos valores morales y éticos.

Mantenemos políticas claras y transparentes en nuestras relaciones comerciales, lo que permite un crecimiento razonable y sustentado de la empresa y de su recurso humano.

4.4.1.3 Visión

En el mediano plazo, seremos una empresa comunicacional modelo comprometida socialmente, en la cual todos asumimos la responsabilidad directa en la calidad del producto y del servicio.

En el corto plazo, seguiremos creciendo, ampliando nuestro público lector y nuestro portafolio de productos y servicios, afianzando nuestro liderazgo y posicionamiento de marca.

Seremos una empresa innovadora enfocada en el mejoramiento continuo en todas las áreas. Mantendremos buenas relaciones con los lectores, anunciantes y colaboradores.

4.4.2 Hora 32

Hora32 es una empresa involucrada directamente con la comunicación social, la creatividad y el emprendimiento, convencido de que el servicio a la comunidad está por sobre todo. La información que este medio brinda no se limita a únicamente la provincia de Loja, sino que también recoge los hechos noticiosos a nivel nacional. Hora32 publicó su primer trabajo en formato pdf en el año 2020 a través de su plataforma digital (Hora32, 2020).

4.4.2.1 Historia

Hora32 fue fundado en honor a los 32 trabajadores que fueron despedidos súbitamente por una empresa lojana llamada La Hora, a las 11:30 del 29 de abril de 2020, en pleno brote de la pandemia del coronavirus, también llamada Covid-19, que en su tiempo desató una crisis sanitaria y económica a nivel mundial (Hora32, 2020).

4.4.2.2 Misión

El periódico digital HORA32, Tu diario digital, en sus versiones Fanpage, digital y página Web, nace en Loja-Ecuador para, a través de su trabajo informativo, velar por los sagrados intereses de la ciudad y provincia, ubicadas en la región austral del país.

El medio cuenta con un equipo humano con una dilatada experiencia en el campo periodístico, sobre todo, serio, objetivo, comprometido con la comunidad y con la buena práctica de la comunicación social.

4.4.2.3 Visión

Sobre la base de combinación de emprendimiento, profesionalismo y uso de la tecnología, el medio digital HORA32 se propone que Loja se constituya en un referente de comunicación interactiva, bajo parámetros de respeto entre sus ciudadanos y la aplicación de un código de valores que permita el bienestar comunitario.

4.4.3 Composición gráfica en los medios: La Hora

El formato de La Hora Loja es tabloide, lo que indica que es un diseño manejable para sus lectores, algo que resulta común cuando hablamos de periódicos. La retícula está manejada en columnas, esto facilita la organización y distribución de lo que es la información de una manera mayormente estructurada. También, se utiliza una combinación de tipografías Sans Serif y Serif, mismas que tienen una clara jerarquía en las diferentes secciones, este tipo de letra es legible para el público.

Además, utiliza dos de los colores primarios, que resultan ser el amarillo y el azul. Los usan especialmente en la cabecera, lo que proporciona una mayor coherencia visual. Si hablamos del color azul, este destaca en apartados como, las secciones y los títulos. Seguido, en la cabecera e incluyen otros elementos esenciales como el logo, eslogan, fecha, lugar y número de páginas.

En el aparatado de las imágenes se posee una gran diversidad, haciendo mayor énfasis en la foto noticia. También, cuenta con la presencia de humor gráfico e ilustraciones en algunas secciones, este hecho agrega un mayor dinamismo.

4.4.4 Composición gráfica en los medios: Hora32

En el caso del Diario Hora32, se tiene en primer lugar un formato fluido y que además se adapta a la pantalla del dispositivo. La retícula está puesta en columnas, esto facilita una presentación más organizada de los contenidos. Este medio utiliza solamente la tipografía Sans Serif, lo cual lo hace ver más limpio y a su vez, se adapta al entorno digital. Los colores que utiliza esta marca en este caso son, uno secundario (morado) y terciario (verde azulado). La cabecera tiene un logo sencillo con los colores previamente mencionados.

Hora32 hace uso de la fotonoticia como su elemento principal en cuanto a imágenes se trata. Recordando que es un medio digital, este lleva incorporados el texto y las imágenes en su multimedia. Además, se utiliza el hipertexto y la hipermedia para

acceder a diferentes tipos de información y secciones, lo que es una manera de aprovechar las capacidades digitales. Hay íconos para redes sociales y sección de comentarios, fomentando así la participación del lector y la interacción con la plataforma.

5. Metodología

La metodología es una etapa importante dentro del proceso de investigación. Para Bastar (2019), ésta ha aportado enormemente dentro del campo de la educación, técnicas, métodos y procedimientos permitiendo así llegar a la verdad objetiva lo que favorece al proceso de investigación.

El enfoque central de esta investigación busca analizar los elementos de la composición gráfica de la edición impresa de diario La Hora Loja y el periódico digital Hora32. En ese marco, esta investigación se centra en definir, identificar y contrastar la estructura editorial de cada uno de los diarios objeto de estudio.

Área de estudio

El enfoque principal de esta investigación se basó en analizar la composición gráfica de medios escritos y digitales. Para realizar este estudio se tomó en cuenta a los medios escritos, Diario La Hora - Loja y Diario Hora32, ambos pertenecientes a la ciudad y provincia de Loja.

El área de estudio de la presente investigación es la ciudad de Loja, ubicada en la provincia del mismo nombre, en la región Sierra sur de Ecuador. Esta ciudad está ubicada entre los ríos Malacatos, Zamora y Jipiro, tiene una altitud de 2260 m.s.n.m. y un clima mayormente templado de aproximadamente 16.6 °C. (Loja | Municipio de Loja, s. f.).

Procedimiento

Para cumplir con la investigación y llevar a cabo el objetivo de analizar los elementos de la composición gráfica de la edición impresa de diario La Hora Loja y el periódico digital Hora32, se empleó un enfoque metodológico con técnicas cualitativas, tales como revisión de literatura, fichas de observación, entrevistas y un grupo focal. Cada una de estas técnicas cumplieron un papel óptimo dentro del proceso de investigación. Se realizó una observación exhaustiva tanto del diario impreso como el digital para posteriormente compararlos. Además, se contó con la opinión de expertos en el tema quienes compartieron sus conocimientos sobre los diseños que aplican los referidos periódicos; el grupo focal también sirvió de ayuda para contrastar ambas versiones. Este procesamiento de datos se formó mediante una matriz metodológica de observación y recolección de datos y entrevistas semiestructuradas.

Para cumplir con el primer objetivo “Definir teóricamente cuáles son los elementos de composición gráfica en un periódico impreso y en un medio digital” se realizó una revisión de literatura consultando a autores clásicos y expertos del diseño y diagramación, para determinar los elementos que definen a la composición gráfica y se lo organizó en tablas.

Para el segundo objetivo “Identificar los elementos de composición gráfica en la versión impresa de Diario La Hora y el medio digital Hora32”, se utilizó una matriz de observación y a través de fichas se recopiló e identificó los elementos visuales que caracterizan a la composición gráfica de los medios objeto de estudio.

En cuanto al tercer objetivo, “Contrastar los elementos de composición gráfica en la versión impresa de Diario La Hora Loja y el medio digital Hora32”, se realizó una serie de preguntas mediante entrevistas semiestructuradas a expertos en comunicación y diseño gráfico. Las entrevistas permitieron contrastar la observación de los diarios impreso y digital con la argumentación de los expertos. Además, para conocer el criterio de los lectores acerca de la composición gráfica y la parte estética de ambos medios, se realizó un grupo focal con la participación de lectores de ambos medios.

Enfoque metodológico

Para el presente estudio se aplicó un enfoque cualitativo que, según Hernández (2014), colabora en la generación de preguntas o hipótesis antes, durante o después de la investigación, ya que el mismo permite analizar los diferentes casos tomando en cuenta la opinión de varios expertos, información que será analizada e interpretada posteriormente.

El uso del método cualitativo permitió que la presente investigación obtenga los resultados más precisos. La ciencia tiene como objetivo obtener conocimientos mediante un método adecuado, es por ello que, Hernán-García et al. (2022) sostiene que llevar a cabo una investigación utilizando técnicas cualitativas, naturalistas o etnográficas requiere la recopilación de datos textuales, secuencias, imágenes o narraciones que sean eficaces para facilitar nuestra comprensión de los fenómenos previamente definidos.

Método.

Para Feria, et al., (2020) citando a Rosental y Judin (1981) el método se define como una forma de alcanzar una meta u objetivo, es un procedimiento para organizar las actividades; y actúa como una manera de mantener en el pensamiento el objeto de estudio.

Método de observación.

Para Burgos, et al., (2019) citando a Hernández (2010) este método implica inmiscuirse en profundidad a las posturas sociales y mantener un papel diligente y una deliberación inalterable. Mediante este método se visualizó ambos productos comunicacionales e identificó todos sus componentes.

Método descriptivo

Hernández (2014) señala que el estudio descriptivo busca determinar las características, rasgos y perfiles de individuos, grupos, sociedades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que sea objeto de estudio. Este método contribuyó en este trabajo ya que ayudó a analizar los elementos de composición gráfica del periódico digital y el impreso, donde después de obtener los datos se describió el producto del objeto de estudio y se conoció la perspectiva de expertos en el tema.

Método comparativo

Según Sartori (1984) este método tiene como finalidad buscar similitudes y diferencias dentro de una investigación, comparando elementos que pertenezcan a una misma especie. Se observaron los elementos de composición gráfica de la versión impresa del diario La Hora Loja y el periódico digital Hora32, posteriormente se compararon sus similitudes y diferencias.

Técnicas de recolección de datos

La entrevista

Para Díaz-Bravo et al. (2013) esta es una técnica de recolección de datos cualitativa y ña definen como una conversación que es pactada con el fin de obtener respuestas verbales sobre un tema de interés.

Las entrevistas se han convertido en una técnica útil para conocer las percepciones y conocimientos de los profesionales que aún están en el campo (diseño editorial). Para

las entrevistas se utilizó un cuestionario semiestructurado, ya que en base a las respuestas de los entrevistados se puede saber que recursos visuales tiene un periódico.

Observación

Para Mata (2020) los usos de las técnicas observacionales dentro de una investigación se dan en respuesta a ciertos problemas existentes en una captación directa de las prácticas realizadas en el medio natural en el que se trabaja.

La implementación de la observación fue un contribuyente para el reconocimiento de los recursos de la composición gráfica de ambos diarios, La Hora Loja y Hora32, donde se realizó una observación minuciosa de los recursos visuales para encontrar, explicar y comprender su apartado visual. Se utilizó una observación no participante, ya que se pretendía obtener únicamente la parte del diseño de ambos medios, lo que permitió un estudio comparativo de elementos como, color, formato, imágenes, tipografías, retículas, entre otros.

Instrumentos de recolección de datos

Ficha de observación

Según sugieren Balcom, Doucet y Dubé (2021) el método de observación que es utilizado para la recolección de datos, permite tener una visión más clara del panorama y de las actividades humanas. Para Weston, Krein y Harrod (2022) este es un método que consiste en documentar diferentes fenómenos en el entorno, proporcionando de esa manera una información detallada sobre el mismo, los participantes y sus actividades.

En el caso de la observación indirecta, esta implica un mayor análisis y reconocimiento textual que es generado a partir de narraciones, objetos discretos y grabaciones de audio. Esta herramienta permitió contener de una manera ordenada cada uno de los elementos que componen la estructura gráfica, tanto del diario digital como el impreso.

En esta ficha de observación se recopilaron datos como:

Información

Formato	Si corresponde a los formatos: Sábana (56 x 43,3 cm), Berlinés (47 x 31,5 cm), Tabloide (35,5 x 25,5 cm) y Anglicismo (27,9 cm x 43,2 cm) con sus tamaños aproximados
Retícula	Si es: Manuscrita, modular, de columnas, jerárquica
Tipografía	Si es: Romana antigua, romana moderna, egipcia, sans serif, script y decorativas.
Color	Sus colores corporativos.
Cabecera	Por cuales elementos se conforma su cubierta.
Imágenes	Si contiene fotografías, ilustraciones o infografías.
Herramientas multimedia	Si utiliza herramientas como la multimedia, hipertextualidad e interactividad.

Tabla 4. Datos a recopilar de la composición grafica de Diario La Hora Loja

Fuente: Elaboración propia

Entrevista

Para Hernandez (2010) la entrevista cualitativa es más manejable, íntima y abierta, se define como una reunión para intercambiar información entre una persona que hace de entrevistador y otra u otras que son los entrevistados. Según Gudkova (2018) es

un método utilizado en varias ramas científicas, incluida la investigación cualitativa para la recolección de datos.

Para este trabajo de investigación las entrevistas fueron imprescindibles, puesto que se necesitaba la opinión de expertos en temas de comunicación y, sobre todo, de diseño, lo que permitió comparar los hallazgos con su conocimiento empírico.

Las entrevistas fueron semiestructuradas y se adoptaron a cada uno de los entrevistados. Éstas se desarrollaron a varios profesionales del área de estudio, como Javier Agreda, diseñador gráfico, propietario de la editorial Pirámides digital, ubicada en la ciudad de Loja. También a la diseñadora Lilia Carpio y la comunicadora Andrea Velázquez, ambas docentes de la Universidad Técnica Particular de Loja.

Entrevistados	Temas
Diseñadores, Javier Agreda y Lilia Carpio Comunicadora, Andrea Velázquez	Se consideraron aspectos como: <ul style="list-style-type: none"> • Diseño gráfico: su importancia en medios impresos y digitales • Elementos más importantes en el diseño de ambas versiones • Opinión acerca de los diseños de La Hora y Hora32 • Qué diseño llama más la atención, impreso o digital • Dificultades al diseñar • La diferencia entre el diseño de ambas versiones

Tabla 5. Información a recopilar en entrevistas

Fuente: Elaboración propia

Grupo focal

Según sugiere Onyumba et al. (2018), el grupo focal es un enfoque cualitativo utilizado para obtener una comprensión más profunda de temas sociales en un selectivo grupo de personas. Para esta investigación se convocó a un grupo de personas en un formato online. Este formato de conferencia en línea es una técnica que permite la interacción entre los participantes sin la necesidad de desplazarse de su hogar (Matthews, Baird y Duchesne (2018).

La implementación del grupo focal permitió contrastar las semejanzas y diferencias entre ambos medios, conociendo la opinión de los lectores quienes día a día consumen su información.

Temas a abordar

- Opiniones sobre la Composición Gráfica:
- Influencia del Diseño:
- Semejanzas y diferencias en Composición Gráfica
- Elementos destacados en la Composición Gráfica
- Opiniones sobre el logo, color y encabezado
- Elemento que destaca en la portada
- Importancia de la versión impresa y digital
- Preferencia entre la versión impresa y digital

Tabla 6. Información a recopilar en el grupo focal

Fuente: Elaboración propia

Criterios de inclusión

Los objetos de estudio principales para establecer el enfoque y delimitación del presente proyecto son:

- Residentes permanentes de la ciudad de Loja, provincia de Loja, Ecuador.
- Hombres y mujeres de diferentes edades.
- Lectores de diario La Hora Loja y Hora32.

Criterios de exclusión

El estudio cuenta con una serie de limitaciones por lo que el criterio de exclusión se basa en el siguiente grupo:

- Personas que no pertenezcan a la ciudad de Loja
- Personas que no sean lectores de Diario La Hora Loja y Hora32.

6. Resultados

Definir teóricamente cuáles son los elementos de composición gráfica en un periódico impreso y en un medio digital.

REFERENTES TEÓRICOS

Para el cumplimiento de este objetivo se tomó información del marco teórico previamente realizado y fue organizado en tablas con sus respectivos autores.

ELEMENTOS DE COMPOSICIÓN GRÁFICA: IMPRESO		
Elemento	Cita	Autor
Formato:	Es el diseño de la información utilizando la expresión emocional y el estilo visual para ganar la atención del lector y asimismo transmitirla de manera correcta	Liu y Pang, 2019
	Entre los más comunes se encuentran: Sábana (56 x 43,3 cm), Berlinés (47 x 31,5 cm), Tabloide (35,5 x 25,5 cm) y Anglicismo (27,9 cm x 43,2 cm) con sus tamaños aproximados	Franco, 2017, p. 37
Retícula	Es una colección de relaciones sustentadas en la armonía y relación de la información, estas actúan como una guía primordial de repartición de datos del formato, ya que cualquier diseño se forma de varios elementos visuales como, las imágenes, el texto, símbolos, titulares, entre otros. La retícula organiza a cada uno de ellos	Franco, 2017
	Manuscrita: Tiene una sola columna, el texto se ordena de manera secuencial, empleando la mayoría de la parte de la página, lo que hace su lectura más concisa.	Ortiz, 2021 García, 2016

Modular: Tiene divisiones que pueden ser tanto verticales como horizontales, con las que se crean pequeños módulos ubicando elementos de diferentes tamaños.

De columnas: tiene dos o más columnas ordenadas de manera simétrica, lo que permite mayor visibilidad y disposición de elementos en la página.

Jerárquica: Tiene una mayor flexibilidad en cuanto al número de columnas y la adaptabilidad de la información a los elementos de diseño

Tipografía	Es un diseño centrado en la legibilidad en una lectura, donde se toman decisiones estéticas para hacer que el texto sea más comprensible, tenga facilidad de transmisión, sea atractivo y significativo	Luna, 2018
	La tipografía se clasifica en: Romana antigua, romana moderna, egipcia, sans serif, script y decorativas.	Garcia, 2020
Color	El color es una identidad única de los objetos, que se desarrollan a partir de pigmentos que capturan la luz de específicas longitudes de onda y previenen que algunas de ellas se reflejan o transmiten.	Hussain et al, 2018
	Es un elemento esencial de nuestra percepción óptica y experiencia ambiental, que afecta a los individuos de diferente	Lahoti, 2021

	manera, según la cultura, el género, su edad y demás factores biológicos.	
Cubierta o cabecera	Es la parte superior de un periódico, en la que se encuentra el título, fecha de emisión y el autor	Coté y Lemak, 2018
	Está cubierta es un elemento esencial para la identidad visual del periódico, ya que le permite adoptar una imagen propia, además de diferencial frente a la competencia.	González-Díez y Cuadrado, 2014
Imágenes	La imagen en la prensa tiene un muy marcado poder de comunicación, ya que se combinan con el resto de información como el texto y los pies de foto, que guían la lectura.	Burden, 2022
	<i>Fotonoticia:</i> Representa por sí misma la noticia correspondiente.	Ortiz, 2021
	<i>Ilustración:</i> Dibujos o imágenes que le añaden valor al texto.	Medellín, 2011
	<i>Infografía:</i> Gráfico explicativo que facilita comprender la información presentada.	
	<i>Fotomontaje:</i> fotografía alterada que tiene la función de hacer ver la realidad más expresiva.	
	<i>Gráficas:</i> Representaciones visuales de estadísticas y datos.	
	<i>Humor gráfico:</i> Interpretación humorística de la realidad.	

Tabla 7: Elementos de composición gráfica

Elaboración propia

ELEMENTOS DE COMPOSICIÓN GRÁFICA: DIGITAL		
Elemento	Cita	Autor
Multimedia:	Es una tecnología de información que integra escritura, imágenes, sonido, texto, animación y video para ofrecer un sistema más efectivo de toma de decisiones para los internautas	Mair y Kartika, 2021
	Entre los más comunes se encuentran: Sábana (56 x 43,3 cm), Berlinés (47 x 31,5 cm), Tabloide (35,5 x 25,5 cm) y Anglicismo (27,9 cm x 43,2 cm) con sus tamaños aproximados.	Franco, 2017, p. 37
Hipertextualidad	Se trata de un conjunto de documentos y medios digitales que se relacionan a partir de enlaces y a su vez, permiten una lectura por medio de textos no lineal, ofreciendo con ello experiencias más personalizadas.	Ensslin, 2020
	Este concepto se relaciona con la hipermedia manejando elementos como gráficos, audio, video y texto conectándolos de la misma forma.	Hutahaean et al. 2022

Interactividad	Es un concepto que implica una conversación entre la aplicación y el usuario que frecuentemente también implica el procesamiento de inteligencia artificial y el lenguaje natural.	Said, 2019
-----------------------	--	------------

Tabla 8: Elementos de composición gráfica

Elaboración propia

Análisis de Resultados

Al recoger información de la tabla anterior, se pueden rescatar las similitudes y diferencias en cuanto a composición gráfica de periódicos impresos y digitales. Varios autores concuerdan en los conceptos de cada uno de los componentes de periódicos digitales por lo que se ha seleccionado un autor diferente para cada uno de los elementos, los cuales resultan ser: orientación, retícula, contenido, color, equilibrio o armonía, tipografía, párrafos, fotografía y errores. En el caso del medio digital se toma elementos del modelo tradicional y se implementa la multimedia, los hipertextos y la interactividad.

Identificar los elementos de composición gráfica en la versión impresa de Diario La Hora y el medio digital Hora32.

Ficha de Observación

En la presente ficha de observación se realizó el debido análisis de aspectos como la retícula, el formato, el color, la tipografía, cabecera e imágenes, esto en el caso del periódico impreso, para el periódico digital se suman elementos como la multimedia, hipertextos e interactividad de los medios, Diario La Hora Loja y Hora32 correspondientemente. Esto en relación al objetivo: Identificar y contrastar la aplicación de los elementos de composición editorial aplicados en los diarios en versión impresa de diario La Hora Loja y digital de Hora32, de donde se obtuvieron los siguientes resultados:

Ficha de observación de los elementos de composición gráfica de Diario La Hora Loja					
Formato	Retícula	Tipografía	Color	Cabecera	Imágenes
Utiliza un formato Tabloide de 28 x 38 cm	Columnas	San serif Serif Titulare	Uso de colores primarios, cálidos y fríos amarillo y azul para la marca, siendo más visibles en la parte de la cabecera. El color azul tiene mayor presencia en las secciones y títulos.	Presentación del logo de la marca con sus colores corporativos amarillo y azul, con su logo y eslogan, más la fecha, lugar al que pertenece y número de páginas	Fotonoticia Fotomontaje Infografías Humor gráfico

Tabla 9: Ficha de Observación de La Hora Loja

Fuente: Ortiz (2022)

Ficha de observación de los elementos de composición gráfica de Diario Hora32

Formato	Retícula	Tipografía	Color	Cabecera	Imágenes	Multimedia	Hipertexto/Hipermedia	Interactividad
Formato fluido, se ajusta a la pantalla del dispositivo que ocupa el lector.	Columnas	Únicamente Sans serif	Uso de colores fríos, secundarios, morado y terciario, verde azulado	Presentación del logo de la marca con sus colores corporativos verde y violeta. Además se pueden apreciar las secciones.	Fotonoticias	Texto e imágenes	Se hace uso del hipertexto e hipermedia para acceder a la información como noticias, reportajes y artículos de opinión, además de las secciones	Contiene íconos para que los lectores accedan a las redes sociales. Además de que incluye una sección para enviar comentarios a través del correo.

Tabla 10: Ficha de Observación de Hora32

Fuente: Elaboración propia

Análisis de resultados

Diario La Hora - Formato Impreso (La Hora Loja):

- **Formato:** Tabloide, lo que indica un diseño compacto y manejable, común en periódicos.

- **Retícula:** En columnas, facilitando la organización y distribución de información de manera estructurada.

- **Tipografía:** Uso combinado de Sans Serif y Serif, con una clara jerarquía en su aplicación para distintas secciones, lo que contribuye a la legibilidad.

- **Color:** Colores primarios cálidos y fríos, amarillo y azul, especialmente en la cabecera, proporcionando coherencia visual. El color azul destaca en secciones y títulos.

- **Cabecera:** Incluye elementos esenciales como el logo, eslogan, fecha, lugar y número de páginas, proporcionando una identidad visual clara.

- **Imágenes:** Diversidad de imágenes, con énfasis en la foto noticia. La presencia de humor gráfico e ilustraciones en secciones específicas agrega dinamismo.

Medio Digital Hora32:

- **Formato:** Es fluido y adaptable a la pantalla del dispositivo, siendo flexible para su formato digital.

- **Retícula:** Su retícula se mantiene en columnas y tiene una presentación bien organizada de contenidos.

- **Tipografía:** Únicamente se hace uso del Sans Serif, misma que se adapta al entorno digital.

- **Color:** Hace uso de colores fríos, secundarios y terciarios; secundario (morado), terciario (verde azulado).

- **Cabecera:** Presenta el logo con los colores previamente señalados y permite visualizar las secciones, lo que brinda una navegación más clara y ordenada

- **Imágenes:** La fotonoticia es su elemento principal.

- **Multimedia:** Se incorpora texto e imágenes.
- **Hipertexto e Hipermedia:** Usa hipertexto e hipermedia para acceder a diferentes tipos de información y secciones, aprovechando las capacidades digitales.
- **Interactividad:** Íconos para redes sociales y sección de comentarios, fomentando la participación del lector y la interacción con la plataforma.
- **La Hora Loja (Impreso):** Destaca por su estructura clásica, el uso de colores primarios, la diversa variedad de imágenes que utiliza brindando una apariencia sólida y organizada.
- **Hora32 (Digital):** Aprovecha la versatilidad del formato digital con adaptabilidad a pantallas y colores más variados. Incorpora pocos elementos multimedia e interactividad.

Comparar los elementos de composición gráfica y establecer el nivel de contraste entre las ediciones impresa de Diario La Hora Loja y digital de Hora32.

ENTREVISTAS

El análisis de resultado de la entrevista contó con las siguientes variables: generalidades para entender la importancia del diseño gráfico en medios impresos y digitales, los elementos más importantes en el diseño de ambas versiones, opinión acerca de los diseños de La Hora y Hora32, el diseño que llama más la atención, dificultades al diseñar, la diferencia entre el diseño de ambas versiones en el caso de La Hora Loja y digital de Hora32. A continuación los resultados obtenidos:

Entrevistas	Javier Agreda	Lilia Carpio	Andrea Velásquez
Preguntas	(Diseñador)	(Diseñador)	(comunicadora)

<p>• Diseño gráfico: su importancia en medios impresos y digitales</p>	<p>El diseño editorial es importante tanto en los medios impresos como digitales. Un buen diseño, combinado con contenido de calidad y una buena impresión, puede llevar al éxito. Los medios impresos atraen a un público más adulto, mientras que los medios digitales deben ser más llamativos y coloridos para atraer a un público más joven.</p>	<p>El diseño editorial es importante en todas las áreas de la comunicación. En el caso de los periódicos impresos y digitales, el diseño gráfico tiene la tarea de organizar y jerarquizar la información para que llegue de forma correcta al lector.</p>	<p>La composición visual es importante desde cualquier punto de vista. Independientemente de las empresas y de las organizaciones, las empresas tienen identidad corporativa e imagen corporativa. Los principios de identidad son todo lo que es la institución o el medio, desde sus inicios, su nombre, la historia, sus empleados, los directivos, esos son los principios de identidad y la imagen lo que reposa en los públicos. La parte gráfica siempre es importante.</p>
<p>Elementos más importantes en el diseño</p>	<p>Los elementos de composición gráfica fundamentales en el diseño pueden variar dependiendo del medio y del público. En el diseño digital, la foto principal y el texto son los elementos más importantes. En el</p>	<p>El diseño gráfico es importante en todas las áreas de la comunicación, en este caso, tanto el periódico impreso como el digital tienen sus propias características. En cada uno se deben considerar</p>	<p>Es muy importante en los dos, sí, porque obviamente la forma en cómo está distribuido el contenido de un medio. En la era digital y en una página web, sí, de un medio de comunicación, tienes otras formas de</p>

<p>de ambas versiones</p>	<p>digital, se debería utilizar más la infografía. La portada es crucial tanto en el impreso como en el digital, ya que es la vitrina que vende todo.</p>	<p>los fundamentos de la composición, que incluye legibilidad, tipografía, color, etc.</p>	<p>comunicación, pero la distribución visual es importante.</p>
<p>Opinión acerca de los diseños de La Hora y Hora32</p>	<p>La Hora tuvo su mejor momento hace más de 20 años, tenía una calidad de su información y su diseño único, el diseño actual necesita cambiar para mantenerse relevante. En Hora32 deberían crear un diseño propio y único, y que el diseño debe ser visualmente atractivo ya que la imagen tiene un gran impacto en la atención del lector y el contenido debe ser conciso y preciso.</p>	<p>Ambos medios tienen un diseño similar, con retículas similares en sus versiones impresas y digitales. Sin embargo, Hora32 aplica el color de forma más interesante, maneja un mayor contraste de color, y la tipografía utilizada es visible y legible.</p>	<p>En el tema de Diario La Hora, la verdad es que antes sí tenía mucha posibilidad de ver la versión impresa, ahora solo he visto la versión digital, sí. En el tema de Hora 32, sí, que también es importante entender, como te mencionaba, el principio de identidad de Hora 32 nació durante la pandemia a partir de eso. Incluso tiene un antecedente en el por qué se formó el medio de comunicación, sí, con el tema de Diario La Hora.</p>
<p>Qué diseño llama más la</p>	<p>Un buen diseño puede atraer la atención tanto en los medios impresos como digitales.</p>	<p>Dependerá del tipo de público. Para los más jóvenes, los formatos digitales pueden ser más</p>	<p>Indudablemente ambos, ¿no? O sea, el tema del diseño forma parte y obviamente bien</p>

<p>atención, impreso o digital</p>		<p>atractivos, mientras que los públicos más adultos pueden preferir los formatos impresos.</p>	<p>utilizada, estructuralmente, se puede volver una herramienta muy interesante para los objetivos.</p>
<p>Dificultades al diseñar</p>	<p>no he tenido dificultades al diseñar un diario impreso o un digital, pero tengo que actualizarme para el diseño digital. Hay una facilidad para agregar enlaces en los medios digitales, lo que permite a los lectores acceder a la fuente original de la información.</p>	<p>No se han experimentado mayores dificultades en el diseño de periódicos, ya que el diseño gráfico es una tarea en equipo que involucra a periodistas, investigadores, fotoperiodistas, editores, etc.</p>	<p>Yo pienso que hay dos cosas, una, el tema de la mención de la marca como tal, la identidad de la marca como tal y el nombre de marca, y otra, la estructura gráfica que tenga el medio. O sea, en un medio impreso, ¿cómo está distribuido? ¿Y cómo te lleva a las noticias? ¿Y cuál es esa composición que hace que el lector siga esa secuencia del medio como tal? Y en la parte digital lo mismo, la primera, un poco el posicionamiento, esta parte gráfica, o sea, del nombre de marca como tal, y en la web, la arquitectura, la forma en cómo están distribuidas las noticias, o las secciones, o lo que</p>

			corresponde al medio de comunicación, sumando el hecho que te mencionaba del desafío que se tiene en el tema digital.
La diferencia entre el diseño de ambas versiones	El diseño digital es totalmente visual, con menos palabras y más imágenes. En el impreso, la foto principal y el texto son los elementos más importantes. Sin embargo, en el digital, se debería utilizar más la infografía. La portada es crucial tanto en el impreso como en el digital, ya que es la vitrina que vende todo.	No se han experimentado mayores dificultades en el diseño de periódicos, ya que el diseño gráfico es una tarea en equipo que involucra a periodistas, investigadores, fotoperiodistas, editores, etc.	La diferencia entre el diseño de ambas versiones radica en cómo se distribuye el contenido y cómo se guía al usuario a través de la experiencia de lectura. En un medio impreso, la distribución visual es importante, mientras que, en la era digital, la arquitectura web juega un papel crucial. En ambos casos la estructura gráfica y la identidad de la marca del medio son esenciales.

Tabla 11: Entrevista

Elaboración propia

Análisis de los resultados

Diseño gráfico: su importancia en medios impresos y digitales

Todos los entrevistados coinciden en que el diseño gráfico es importante tanto en los medios impresos como digitales. Javier Agreda menciona que un buen diseño,

combinado con contenido de calidad y una buena impresión, puede llevar al éxito. Lilia Carpio considera que el diseño gráfico es importante en todas las áreas de la comunicación. Andrea Velázquez considera que la composición visual es importante desde cualquier punto de vista.

Elementos más importantes en el diseño de ambas versiones.

Los tres entrevistados mencionan que los elementos de composición gráfica fundamentales en el diseño pueden variar dependiendo del medio y del público. Javier Agreda menciona que en el diseño digital, la foto principal y el texto son los elementos más importantes. Sin embargo, en el digital, se debería utilizar más la infografía. Lilia Carpio y Andrea Velázquez mencionan que los elementos de composición que se consideran fundamentales en el diseño de un periódico, tanto en la versión impresa como digital, incluyen imágenes, textos, color, equilibrio y espacios.

Opinión acerca de los diseños de La Hora y Hora32.

Los tres entrevistados opinan que La Hora tuvo su mejor momento hace más de 20 años y que el diseño actual necesita cambiar para mantenerse relevante. En Hora32 deberían crear un diseño propio y único. Lilia Carpio opina que ambos medios tienen un diseño similar, con retículas similares en sus versiones impresas y digitales. Sin embargo, Hora32 aplica el color de forma más interesante, maneja un mayor contraste de color, y la tipografía utilizada es visible y legible.

Qué diseño llama más la atención, impreso o digital.

Los tres entrevistados creen que un buen diseño puede atraer la atención tanto en los medios impresos como digitales. Lilia Carpio considera que el diseño que llama más la atención dependerá del tipo de público.

Dificultad al momento de diseñar.

Los tres entrevistados mencionan que no han tenido dificultades al diseñar un diario impreso o un digital, pero que tienen que actualizarse para el diseño digital.

La diferencia entre el diseño de ambas versiones.

Javier Agreda y Andrea Velázquez mencionan que el diseño digital debe ser totalmente visual, con menos palabras y más imágenes. En el impreso, la foto principal y

el texto son los elementos más importantes. Sin embargo, en el digital, se debería utilizar más la infografía. La portada es crucial tanto en el impreso como en el digital, ya que es la vitrina que vende todo.

GRUPO FOCAL

Para el cumplimiento del tercer objetivo también se desarrolló un grupo focal con la participación de cinco personas, quienes son lectores habituales de ambos medios.

Grupo focal	
Preguntas	Respuestas
Opinión sobre la composición gráfica de ambos medios	<ul style="list-style-type: none"> • Javier: Ambos diarios tienen una estructura bien diseñada y siguen parámetros de diseño. Hora32 tiene una estructura similar a La Hora, ya que fueron creados por ex empleados de La Hora. • Nathali: Prefiere el diario digital debido al uso frecuente de la tecnología. • Pablo: Ve a Horas 32 como un medio digital en constante innovación, atractivo para las generaciones futuras. • Gustavo: Reconoce la revolución de la tecnología y cómo los diarios se han adaptado a la realidad virtual. • Jonathan: Aunque reconoce la necesidad de adaptarse a la era digital, prefiere el medio impreso tradicional.
¿El diseño influye?	<p>Javier: Considera que la transición de los periódicos impresos a los digitales no ha sido totalmente efectiva y destaca la importancia del diseño y la calidad del contenido.</p>

Pablo: Cree que los titulares atractivos y la presencia en las redes sociales aumentan el compromiso del lector y prefiere los medios digitales.

Nathali: Cree que la edad influye en la preferencia por los medios impresos o digitales y prefiere los medios digitales por su facilidad de búsqueda y acceso a la información.

Byron: Considera que la preferencia por los medios impresos o digitales depende de la familiaridad del lector con cada formato.

Jonathan: Reconoce la brecha generacional en las preferencias de los medios y considera que el diseño gráfico debe ser atractivo para los lectores.

**Semejanzas
y
diferencias**

Javier: Ambos diarios tienen una estructura similar, pero difieren en el número de columnas y la tipografía. Destaca la importancia de la publicidad.

Nathali: Encuentra similitudes en los títulos y la tipografía de ambos diarios.

Byron: Ve más similitudes que diferencias, especialmente en el título y la disposición de la información.

Jonathan: Prefiere la tipografía y los colores de La Hora, pero ve más similitudes que diferencias en la presentación de las noticias.

Pablo: Considera que ambos diarios tienen un formato similar, pero uno es más accesible debido a su formato digital.

<p>Elementos que destacan</p>	<p>Javier: Destaca los títulos concisos y las fotografías grandes. Considera que las fotografías pequeñas no son efectivas.</p> <p>Nathali: Destaca los títulos directos y el uso de imágenes. Prefiere las imágenes más grandes en el diario digital.</p> <p>Jonathan: Destaca los títulos cortos y concisos. Considera que los títulos y las imágenes son los primeros elementos que atraen al lector.</p> <p>Pablo: Considera que la composición gráfica de ambos diarios es agradable y atractiva para el lector.</p> <p>Byron: Destaca los títulos y las imágenes en ambos diarios. Observa que los diarios intentan atraer a diferentes tipos de lectores con diferentes tipos de noticias.</p>
<p>Recomendaciones</p>	<p>Nathali: Prefiere información más directa y compacta, y sugiere imágenes más grandes en el diario digital.</p> <p>Javier: Considera que ambos diarios tienen un buen manejo gráfico y sugiere que las noticias sean más concisas.</p> <p>Jonathan: Sugiere un lenguaje más atractivo al compartir noticias en las redes sociales.</p> <p>Pablo: No sugiere cambios ya que considera que el formato es común a todos los medios.</p> <p>Byron: Sugiere hacer más uso del diseño digital debido a sus beneficios ambientales.</p>

Opinión sobre el logo	<p>Javier: Considera que ambos logotipos son efectivos, pero sugiere una actualización para La Hora.</p> <p>Nathali: Encuentra el logotipo de La Hora más reconocible y sugiere mejoras para Hora 32.</p> <p>Byron: Cree que los logotipos representan eficazmente las marcas.</p> <p>Pablo: Considera que el logotipo de La Hora es más fácil de reconocer.</p> <p>Jonathan: Prefiere el logotipo tradicional de La Hora y sugiere cambios para el eslogan de Hora 32.</p>
------------------------------	--

Opinión sobre el color	<p>Jonathan: Prefiere el color tradicional de La Hora.</p> <p>Nathali: Encuentra el color de La Hora más atractivo y representativo.</p> <p>Byron: Prefiere el color de La Hora, que considera más llamativo.</p> <p>Pablo: Considera que Hora 32 tiene demasiados colores, mientras que La Hora es más visualmente atractiva.</p>
-------------------------------	--

Opinión sobre el encabezado	<p>Byron Considera que el cabezote de La Hora es más llamativo y reconocible</p> <p>Jonathan Prefiere el cabezote de La Hora, que considera más innovador y representativo de la ciudad</p>
------------------------------------	---

Nathali Prefiere el cabezote de La Hora, que considera más representativo debido a sus colores y figuras

Pablo considera que el cabezote de La Hora es más representativo del medio local debido a las imágenes de la ciudad.

Elemento que más destaca en la portada

Nathali: Considera que el título es el elemento más destacado, posiblemente debido a la tipografía o los colores.

Byron: Se inclina más por las imágenes, ya que considera que atraen la atención y despiertan el interés por la noticia.

Jonathan: Destaca la distribución de las noticias en la primera página y los títulos cortos. Observa que ambos medios utilizan imágenes grandes y títulos que se relacionan con la noticia presentada.

Tienen la misma importancia?

Javier: Prefiere la versión web para leer noticias completas.

Nathali: Considera que el diseño gráfico es igualmente importante en ambas versiones.

Byron: Ve la versión digital como más importante debido a su capacidad para proporcionar más información.

Jonathan: Considera que el diseño gráfico es igualmente importante en ambas versiones, pero ve una ventaja en la versión digital debido a la capacidad de utilizar más recursos de diseño.

¿Cuál prefiere?	<p>Javier Prefiere la versión digital en la web en lugar de la versión impresa subida como PDF</p>
	<p>Jonathan Prefiere la versión digital por su facilidad y comodidad, aunque siente cierta nostalgia por el medio impreso</p>
	<p>Nathali Prefiere el medio digital por su facilidad de acceso a la información</p>
	<p>Byron Prefiere la versión digital por su facilidad de búsqueda de noticias y su menor impacto en el medio ambiente</p>

Tabla 12: Grupo focal

Elaboración propia

Análisis de los resultados.

Opiniones sobre la Composición Gráfica:

- Se destacó la estructura bien diseñada de ambos diarios, señalando similitudes y diferencias en la tipografía y la disposición de las columnas.

- Hubo preferencia por el diario digital debido al uso frecuente de la tecnología, pero también se reconoció la importancia del diseño gráfico tradicional.

Influencia del Diseño:

- Algunos participantes criticaron la transición incompleta de los periódicos impresos a los digitales, resaltando la importancia del diseño y la calidad del contenido.

- Otros destacaron que titulares atractivos y la presencia en redes sociales aumentan el compromiso del lector, favoreciendo los medios digitales.

Semejanzas y Diferencias en Composición Gráfica:

- Se observaron similitudes y diferencias en la estructura, número de columnas y tipografía de ambos diarios, con énfasis en la importancia de la publicidad.

- La preferencia por ciertos aspectos visuales, como la tipografía y los colores, varió entre los participantes.

Elementos Destacados en la Composición Gráfica:

- Los participantes coincidieron en destacar la importancia de titulares concisos y fotografías llamativas, mientras que se señaló que las imágenes pequeñas pueden no ser efectivas.

Opiniones sobre el Logo, Color y Encabezado:

- Se expresaron opiniones variadas sobre la efectividad de los logotipos, los colores y los encabezados de ambos diarios.

Elemento que Destaca en la Portada:

- Las opiniones divergieron sobre si los títulos o las imágenes eran el elemento más destacado en la portada.

Importancia de la Versión Impresa y Digital:

- Algunos participantes preferían la versión web para leer noticias completas, mientras que otros destacaron la importancia tanto de la versión impresa como de la digital.

Preferencia entre la Versión Impresa y Digital:

- Se observó una variedad de preferencias, con algunos participantes inclinándose hacia la versión digital debido a la facilidad y comodidad, mientras que otros expresaron cierta nostalgia por la versión impresa.

7. Discusión

Para el cumplimiento del primer objetivo específico “Definir teóricamente cuáles son los elementos de composición gráfica en un periódico impreso y en un medio digital.” el marco teórico proporciona una comprensión sólida de los elementos de composición gráfica en un periódico impreso. La atención al formato, retícula, tipografía, color, cubierta e imágenes contribuye a una base teórica integral. La inclusión de la teoría del color y la explicación de la hipertextualidad en el contexto digital demuestran una consideración exhaustiva de los aspectos específicos de cada medio.

Los resultados teóricos sugieren una comprensión profunda de la composición gráfica en periódicos impresos y digitales. La atención a elementos visuales, como la retícula y la tipografía, es crucial en la versión impresa, mientras que la inclusión de multimedia y la comprensión de la hipertextualidad son esenciales en la versión digital. Tal como lo sugieren Došen y Brkljacic (2018), los elementos que más predominan en el diseño de todo periódico son el diseño, las fotografías, el color, estos componentes afectan a la impresión visual del lector. Paris (2018) por su parte, hace énfasis en la nueva era y en el cómo estos medios incluyen múltiples plataformas, fuentes de noticias aplanadas y análisis de datos.

Esta base teórica sólida proporciona el fundamento necesario para el análisis posterior de los medios específicos.

Continuando con el segundo objetivo “Identificar los elementos de composición gráfica en la versión impresa de Diario La Hora y el medio digital Hora32” el análisis de ambos medios, tanto en su versión impresa como digital, revela diferencias notables y adaptaciones apropiadas a cada plataforma. En la versión impresa de Diario La Hora Loja, la estructura tabloide, la retícula en columnas y la combinación de tipografías contribuyen a una presentación estructurada y legible. En contraste, Hora32, no aprovecha del todo los elementos con los que un medio digital dispone. En este contexto, Bajenova (2016) considera que estos elementos son la hipertextualidad, interactividad y elementos multimedia. En cuanto a la multimedia, tan sólo utiliza imágenes acompañadas de texto, además de que no utiliza otras fuentes en la tipografía. Para Mair y Kartika (2021) esta tecnología de información integra escritura, imágenes, sonido, texto, animación y video, ofreciendo un sistema más efectivo de toma de decisiones para los internautas

La adaptabilidad y las decisiones de diseño específicas para cada medio destacan la comprensión por parte de ambos diarios de las necesidades y preferencias de sus respectivos públicos. Diario La Hora Loja mantiene una estética clásica en su versión impresa, mientras que Hora32 podría hacer un mejor uso de los elementos de los cuales dispone.

Finalizando con el tercer objetivo que es “Comparar los elementos de composición gráfica y establecer el nivel de contraste entre las ediciones impresa de Diario La Hora Loja y digital de Hora32”, las entrevistas y el grupo focal refuerzan la importancia del diseño gráfico en ambas versiones y destacan la preferencia por ciertos elementos visuales en cada medio. Al respecto, Salinas (2017) destaca que en la actualidad el contenido informativo se transmite por medio de la combinación de lenguaje escrito, animación, vídeo, audio, gráficos y enlaces, por ello, el lector puede destapar el contenido a su disposición y obtener más datos. La transición al diseño digital se percibe como crucial, y las opiniones sobre la efectividad del diseño actual varían.

Las entrevistas, además, resaltan la importancia del diseño actualizado, especialmente en la era digital, y destacan la necesidad de adaptarse a las preferencias cambiantes del público. Algo con lo que concuerdan Magadán y Rivas (2019), quienes enfatizan que la falta de un diseño preciso para las publicaciones digitales genera dudas en los editores, porque aún en el sistema actual se continúan aferrándose a modelos tradicionales, sin crear modelos alternativos ni explorar nuevas alternativas. Las opiniones sobre los diseños específicos de La Hora y Hora32 proporcionan perspectivas valiosas sobre la efectividad y la percepción del diseño gráfico en ambos medios.

8. Conclusiones

- La investigación teórica proporciona una definición de los elementos de composición gráfica en periódicos impresos y digitales. Los resultados confirman que la composición gráfica en un periódico impreso se centra en la estructura narrativa, el formato, la retícula, la tipografía y el uso del color, mientras que, en el medio digital, se destaca la inclusión de multimedia, la hipertextualidad y la interactividad. La comprensión teórica de estos elementos es esencial para abordar la composición gráfica de manera efectiva en cada formato.

- La versión impresa se destaca por presentar un formato tabloide, una retícula en columnas, además de una combinación de tipografías. Por otro lado, la versión digital se caracteriza por su adaptabilidad fluida, tipografía sans-serif, y una paleta de colores más juvenil. Estas diferencias hacen que resulte en una comprensión más clara de los elementos de composición gráfica necesarios para cada medio.

- La versión impresa del periódico La Hora Loja hace buen uso de sus elementos gráficos, por este motivo su marca es fácilmente reconocible por el público en general. A pesar de ello, mantiene un estilo de antaño y en los últimos años no ha hecho algún cambio significativo para ajustarse a los modelos de hoy en día. En cambio, Hora32 nació en un ambiente de digitalización por lo que le resulta sencillo ajustarse al modelo actual; sin embargo, su diseño no es muy llamativo para los lectores, le hace falta una identidad propia.

- El contraste entre la versión impresa de Diario La Hora Loja y la digital de Hora32 resulta muy evidente al comparar su formato, la retícula, la tipografía, el color y los elementos multimedia. La Hora Loja mantiene una estética más tradicional y narrativa, en contraposición, Hora32 se adapta a la naturaleza visual y dinámica de los medios digitales del hoy. Este contraste hace énfasis en la importancia de que es importante considerar las plataformas en las que se presentaran, esto al momento de diseñar.

- En cuanto al público, mantiene una fuerte conexión con el diseño original del medio impreso, que lo identifican plenamente por su diseño, diagramación y colores corporativos. Aunque también valoran de cierta forma la accesibilidad del medio digital, ya que perciben similitudes en cuanto a diseño y colores.

9. Recomendaciones:

- Es fundamental que ambos medios se mantengan actualizados sobre un tema tan importante como la composición gráfica. Para tal caso, se sugiere explorar constantemente las nuevas teorías y así mismo, las tendencias en diseño gráfico y periodismo para mejorar el entendimiento de los elementos sobre cada formato de presentación. Esto puede lograrse de manera sencilla a través de una constante lectura de libros, artículos académicos y con la asistencia a conferencias relacionadas con el tema.
- Ambos medios, tanto La Hora Loja como Hora32, podrían beneficiarse al revisar continuamente sus estrategias de diseño. La versión impresa podría considerar seriamente la posibilidad de actualizar su diseño para adaptarse de mejor manera a las nuevas tendencias del diseño gráfico sin la necesidad de perder su identidad. Por otro lado, Hora32 podría explorar opciones para añadir una gran mejora a su estética y hacer su diseño aún más atractivo y reconocible para los lectores con el uso de elementos gráficos que les generen un mayor impacto.
- Ambos medios podrían beneficiarse de una estrategia de diferenciación en cuanto a su diseño. La Hora Loja incorpora elementos de diseño más contemporáneos para atraer a un público más amplio sin perder su identidad visual. Hora32, por otro lado, debería considerar ajustes en su diseño para hacerlo más llamativo y memorable para los lectores, quizás mediante un uso más creativo de colores y elementos visuales.
- Es importante que ambos medios reconozcan las diferencias en el comportamiento de su público y lo que esperan de su medio. Es recomendable que realicen investigaciones de mercado, además de realizar análisis de audiencia para entender mejor las preferencias de sus lectores y, en consecuencia, ajustar el diseño a los modernos formatos que impone la composición gráfica.
- Los medios deben prestar más atención a su identidad visual. El medio impreso puede ofrecer contenido exclusivo para generar más impacto y no ser opacado por lo digital. En cuanto al medio digital, éste podría aprovechar los recursos que ofrece el internet para lograr un diseño más distintivo y así quede grabado en la mente del consumidor.

10. Bibliografía

- Åkesson, M., Sørensen, C., y Eriksson, C. I. (2018). Ambidexterity under digitalization: A tale of two decades of new media at a Swedish newspaper. *Scandinavian Journal Of Management*, 34(3), 276-288. <https://doi.org/10.1016/j.scaman.2018.06.004>
- Ambrose, G.; Harris, P. (2006). *Color*. Barcelona: Editorial Parramon. Mora, M. (2017). La evolución de los formatos del periódico [Fotografía]. Cátedra Cosgaya. <https://n9.cl/4i2lm>
- Anguera, M., Portell, M., Moscoso, S., y Sanduvete-Chaves, S. (2018). Indirect Observation in Everyday Contexts: Concepts and Methodological Guidelines within a Mixed Methods Framework. *Frontiers In Psychology*, 9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00013>
- Atar, Ö. (2019). Digital Media Literacy: In-Depth Interview With the Parents of the Students Who Use Digital Media. In G. Sarı (Ed.), *Handbook of Research on Children's Consumption of Digital Media*, 139-155. IGI Global. <https://n9.cl/gsex4>
- Bajenova, E. (2016). Hybridism of the internet newspaper as a linguistic parameter. *Interaktivnaâ Nauka*, 6, 79-81. <https://doi.org/10.21661/r-112276>
- Balcom, S., Doucet, S., y Dubé, A. (2021). Observation and Institutional Ethnography: Helping Us to See Better. *Qualitative Health Research*, 31(8), 1534-1541. <https://n9.cl/o6aze2>
- Barber, J. (2019). *Introduction to Graphic Design: A Guide to Thinking, Process, and Style* by Aaris Sherin. Bloomsbury Publishing, New York, NY, 2018. 240 pp., illus. Trade. ISBN: 978-1472589293. *Leonardo*, 52(3), 328. https://doi.org/10.1162/leon_r_01759
- Bastar, S. G. (2019). Metodología de la investigación.
- Benaissa, S. (2019). Medios impresos versus digitales: de la agónica lectura de periódicos a los nuevos consumos de información digital. *El Argonauta español*, 16,1-17. <https://doi.org/10.4000/argonauta.3855>
- Bessarab, A., Mitchuk, O., Baranetska, A., Kodatska, N., Kvasnytsia, O., y Mykytiv, G. (2021). Social Networks as a Phenomenon of the Information Society. *Asian Journal Of Industrial Engineering*, 14, 17-24. <https://n9.cl/r0rffo>

- Bogdanov, G. (2019). Newspaper as a source of gratification of the information needs and as an object of the sociological studies. *ViSnik KnížKovoï Palati*, 1, 38-44. <https://n9.cl/kg0yu>
- Brenes, P., y Higgins, M. (2021). Designing Educational Newsletter Interventions: An Example That Supported Grandfamilies' Physical Wellness Needs. *The Journal of Extension*, 59(3), 6. <https://doi.org/10.34068/joe.59.03.06>
- Brigas, J., Gonçalves, F., y Gonçalves, J. (2023). Visual journalism in the iberian press. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review Revista Internacional De Cultura Visual*, 15(1), 1–8. <https://n9.cl/uj57fc>
- Calvache, D. (2017). La metodología de diseño al interior de los programas de diseño industrial colombiano: hacia el planteamiento de formas propias de hacer diseño. *Actas de Diseño*, (24), 218-221. <https://doi.org/10.18682/add.vi24.2301>
- Casallas, N. (2020). El diseño gráfico más allá de la experiencia visual-óptica. *BitáCora Urbano Territorial*, 30(2), 101-112. <https://n9.cl/6boe3>
- Castillo Hernández, J. (2023). La comprensión lectora como pervivencia del conocimiento. *Interconectando Saberes*, (16), 19–26. <https://doi.org/10.25009/is.v0i16.2814>
- Chen, H. (2022). Research on the Development from Print Media to Digital Media -- Taking the American Market as An Example. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220502.066>
- Chyi, H. y Tenenboim, O. (2019). From Analog Dollars to Digital Dimes: A Look into the Performance of US Newspapers. *Journalism Practice*, 13(8), 988–992. <https://n9.cl/r42vb>
- Córdova, E., Pezo, C., Rivera, J., y Medina, L. (2020). Modelo social en medios de publicación impresos en Ecuador. *Revista Venezolana De Gerencia*, 25(3), 316-326. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i3.33371>
- Coté, A., y Lemak, A. (2017). (Up)Setting Type: An Experiment in Re-Creation. *Victorian Review* 43(2), 178-184. <https://doi.org/10.1353/vcr.2017.0024>.
- Denissova, G., Svitich, L., Смирнова, О., Шкондин, М., y Yakovleva, Т. (2020). Newspapers in the media-communication system of million cities. Content analytical study. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Serii 18, Sociologii i Politologii/Vestnik Moskovskogo Universiteta. Serii 18. Sociologii i Politologii*, 26(4), 118-141. <https://n9.cl/sa53a>

- Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., & Varela-Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación Médica*, 2 (7), 162-167.
- Došen, Đ., y Brkljačić, L. (2018). Key design elements of daily newspapers: Impact on the reader's perception and visual impression. *Kome*. <https://doi.org/10.17646/kome.75692.93>
- Ensslin, A. (2020). Hypertext Theory. *Oxford Research Encyclopedia of Literature*. <https://n9.cl/lwmst>
- Etényi, N. (2019). Broadsheets with Engravings in a Manuscript Chronicle from Ulm: Visual Representations of the Hungarian Kingdom on German Political Leaflets during the War of Reconquest (1683–1699). *Radovi Instituta za povijest umjetnosti*, (43), 91-102. <https://doi.org/10.31664/ripu.2019.43.07>
- Feria, H., Matilla, M. y Mantecón S. (2020). La entrevista y la encuesta: ¿métodos o técnicas de indagación empírica? *Didáctica Y Educación* ISSN 2224-2643, 11(3), 62–79. <https://n9.cl/9iy3f>
- Fernández, A. (2020). Historia national geographic. obtenido de historia national geographic: <https://n9.cl/fpult1>
- Fortunati, L., y O'Sullivan, J. (2019). Situating the social sustainability of print media in a world of digital alternatives. *Telematics Informatics*, 37, 137-145. <https://doi.org/10.1016/J.TELE.2018.04.005>.
- Franco Ortega, D. M. (2017). Maquetación del periódico “Vanguardia” y su influencia en la transferencia de información al público del cantón Salcedo [Tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio de la UTA. <https://n9.cl/y87wv>
- García Fernández, I. (2020). Proyecto II: Diseño editorial [Grado de diseño, Universitat Oberta de Catalunya]. Repositorio de la UOC. <https://n9.cl/7fnfi>
- García-Mendoza, C., y Juárez, O. (2018). Clasificación de Artículos Periodísticos de Periódicos Mexicanos. 101-109. https://doi.org/10.1007/978-3-030-03763-5_9.
- Geismar, H. (2018). Museum Object Lessons for the Digital Age. . <https://doi.org/10.14324/111.9781787352810>

- Gissella, O. V. J. (2022). Análisis comparativo de los elementos de composición editorial en los periódicos impresos, comercializado en la ciudad de Esmeraldas (Doctoral dissertation, Ecuador-PUCESE-Escuela de Diseño Gráfico).
- González, G. (2013). Diseño editorial como expresión y afirmación de la ideología política, social y cultural. Casos de estudio: La Nación de Argentina y El Tiempo de Colombia. Cuadernos del Centro de Estudios En Diseño y Comunicación. Ensayos, 46, 99-102. <https://n9.cl/uwn2h>
- González-Díez, L., Puebla-Martínez, B. y Pérez-Cuadrado, P. (2018). De la maquetación a la narrativa transmedia: una revisión del concepto de ‘diseño de la información periodística’. Palabra Clave, 21(2), 445-468. DOI: 10.5294/pacla.2018.21.2.8
- González-Díez, L., y Cuadrado, P. (2014). La cabecera como signo de identidad del producto periódico: una aproximación teórico-práctica a los rótulos de la prensa diaria española en 2013. La Revista Icono 14, 12(1), 31-62. <https://doi.org/10.7195/ri14.v12i1.637>
- Guan, X., y Wang, K. (2022). Visual Communication Design Using Machine Vision and Digital Media Communication Technology. Wireless Communications And Mobile Computing (Print), 2022, 1-11. <https://doi.org/10.1155/2022/6235913>
- Gudkova, S. (2017). Interviewing in Qualitative Research. En Springer eBooks (pp. 75-96). https://doi.org/10.1007/978-3-319-65442-3_4
- Gunnell, J., Hansen, S., Greenhalgh, L., & Christley, H. (2019). Landscaping for Season Long Color. USU Extension. <https://n9.cl/uz2u2>
- Han, J., Quan, R., Zhang, D., y Nie, F. (2018). Robust Object Co-Segmentation Using Background Prior. IEEE Transactions on Image Processing, 27, 1639-1651. <https://doi.org/10.1109/TIP.2017.2781424>.
- Hassan, I., Abubakar, U., Nasidi, Q., Azmi, M. y Shehu, A. (2021). Challenges and Opportunities for Newspapers in the Age of Digital Communication. International Journal Of Academic Research In Business & Social Sciences, 11(6). <https://n9.cl/f1qko>
- Hearst, M., Pedersen, E., Patil, L., Lee, E., Laskowski, P., y Franconeri, S. (2020). An Evaluation of Semantically Grouped Word Cloud Designs. IEEE Transactions On Visualization And Computer Graphics, 26(9), 2748-2761. <https://doi.org/10.1109/tvcg.2019.2904683>

- Hendrickx, J. (2020). Trying to Survive While Eroding News Diversity: Legacy News Media's Catch-22. *Journalism Studies*, 21(5), 598–614. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1694430>
- Hernández Sampieri, R. (2014). Capítulo 1: Definición de los enfoques cualitativo y cuantitativo, su similitud y diferencia. *Metodología de la investigación*. Sexta edición.
- Hernán-García, M., Lineros-González, C., y Ruiz-Azarola, A. (2021). Cómo adaptar una investigación cualitativa a contextos de confinamiento. *Gaceta Sanitaria*, 35(3), 298-301. <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2020.06.007>
- Hettiarachchi, A. y De Silva, T. (2019). Colour associated thermal impacts: manifestation and contributing factors with reference to red and blue. *Built-environment Sri Lanka*, 13(1), 1-9. <https://doi.org/10.4038/besl.v13i1.7664>
- Hillgärtner, J. (2018). Netherlandish Reports in German Newspapers, 1605–1650. *Early Modern Low Countries*, 2(1), 68-87. <https://doi.org/10.18352/emlc.62>
- Hoewell, G., y Gruszynski, A. (2020). SHAPING INFORMATION AT DIGITAL NATIVE NEXO IN THE SCENARIO OF JOURNALISTIC CONVERGENCE. *Brazilian journalism research*, 16, 394-421. <https://doi.org/10.25200/bjr.v16n2.2020.1257>
- Holguín, A. (2020). El método de diseño aplicado al diseño publicitario, una mirada desde los sistemas complejos. , 4, 13-31. <https://doi.org/10.37785/nw.v4n1.a1>.
- Hora, L. (2018). Los hitos de nuestra historia. <https://n9.cl/dms2gw>
- Hussain, E., Sadiq, Z., y Zia-Ul-Haq, M. (2018). Betalains as Colorants and Pigments. En Springer eBooks (pp. 125-137). https://doi.org/10.1007/978-3-319-95624-4_7
- Hutahaeon, H., Solihin, M., Lubis, A., y Isnaini, M. (2022). Application of Computer-Assisted Instruction in Hypermedia Learning. *International Journal Of Computer Applications Technology And Research*, 388-390. <https://doi.org/10.7753/ijcatr1111.1006>
- Indarti, D. (2019). Investigating lexical diversity of online english newspaper editorials across countries. *Journal Of Advanced English Studies (Online)*, 2(2), 94. <https://doi.org/10.47354/jaes.v2i2.67>

- Johnston, N., y Salaz, A. (2019). Exploring the Reasons Why University Students Prefer Print over Digital Texts: An Australian Perspective. *Journal of the Australian Library and Information Association*, 68, 126 - 145. <https://doi.org/10.1080/24750158.2019.1587858>.
- Kaminska, A. (2019). No copies eso: la impresión de seguridad y la fabricación de papel de alta tecnología. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 25, 590 - 606. <https://doi.org/10.1177/1354856519845748>.
- Karimi, S., Shakery, A., y Verma, R. (2019). Classification of online media websites using user-generated content. *Journal of Information Science*, 47, 340 - 358.
- Konstantinou, P., Nomicos, S., y Kavoura, A. (2020). El turismo inteligente se aproxima a través de medios impresos inteligentes. , 15-22. https://doi.org/10.1007/978-3-030-36126-6_3.
- La Hora (2023). Los hitos de nuestra historia. <https://n9.cl/dms2gw>
- Lahoti, R. (2021). The Colour Perception – In an Indoor & Outdoor Architectural Environment. *International Journal Of Current Science Research And Review*, 04(05). <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/v4-i5-07>
- Lapiente, C. (2006). Hipertexto: el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen. Dialnet. <https://n9.cl/b1gc2>
- Lincényi, M., Kabát, L., y Fabuš, M. (2021). Sustainability of Print Media in the Slovak Republic with Regard to the Economic and Technological Development. *Sustainability*, 13(22), 12876. <https://doi.org/10.3390/su132212876>
- Liu, B., y Pang, R. (2019). Visual Stylization and Emotional Analysis of Format Design. 2019 International Conference on Advances in Literature, Arts and Communication (ALAC 2019). <https://doi.org/10.35532/jahs.v1.011>.
- Loja | Municipio de Loja. (s. f.). <https://www.loja.gob.ec/contenido/loja>
- Luna, P. (2018). Typography: A Very Short Introduction. *Very Short Introductions*. <https://n9.cl/v0cv6>
- Magadán Díaz, Marta, y Rivas García, Jesús. (2019). Digitalización y Modelos de Negocio en la Industria Editorial Española. *Journal of technology management & innovation*, 14, 63-72. <https://n9.cl/2bm71>

- Mair, Z., y Kartika, Y. (2021). Alur Pendaftaran Calon Mahasiswa Baru Politeknik Sekayu Berbasis Multimedia. Jurnal Nasional Ilmu Komputer. <https://doi.org/10.47747/jurnalnik.v2i3.530>.
- Mairena, A., Dechant, M., Gutwin, C., y Cockburn, A. (2020). A Baseline Study of Emphasis Effects in Information Visualization. , 327-339. <https://doi.org/10.20380/GI2020.33>.
- Martín-Sanromán, J., Suárez-Carballo, F., y Galindo-Rubio, F. (2022). Dynamic editorial visual identity and cover design: The case of la luna de metrópoli (2018-2020). [Identidad Visual Editorial Dinámica y diseño de portadas: el caso de La Luna de Metrópoli (2018-2020)] Revista De Comunicacion, 21(2), 157-178. <https://doi.org/10.26441/rc21.2-2022-a8>
- Mata, L. (03 de Marzo de 2020). La observación en la investigación cualitativa. <https://n9.cl/mraxhu>
- Mathews, N. (2021). Print Imprint: The Connection Between the Physical Newspaper and the Self. Journal Of Communication Inquiry, 019685992110528. <https://doi.org/10.1177/01968599211052899>
- Matthews, K., Baird, M., y Duchesne, G. (2018). Using Online Meeting Software to Facilitate Geographically Dispersed Focus Groups for Health Workforce Research. Qualitative Health Research, 28, 1621 - 1628. <https://doi.org/10.1177/1049732318782167>.
- Medellín, N. (2011). El periódico impreso. Publicado en Education, News & Politics.
- Moreno, P. P. G. (2018). Calle14: un “media” de distribución social de conocimientos. Calle 14 ((Impresa)), 13(24), 250-253. <https://doi.org/10.14483/21450706.13493>
- Moret. O. (2017). Elementos del Diseño II Funcionalidad y Significación en el Diseño [Figura]. Campus virtual UB-UNIBA. <http://hdl.handle.net/2445/105345>
- Mulyani, S., Fadli, R., y Seta, A. (2023). Pelatihan Pembuatan Logo Produk guna Mengoptimalkan Peluang Bisnis pada Remaja RT 02 RW 13 Kelurahan Rangkapan Jaya Lama Kota Depok. Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia, 4(1), 134-139. <https://doi.org/10.35870/jpni.v4i1.129>
- A. Naoum, J. Nothman y J. Curran, "Article Segmentation in Digitised Newspapers with a 2D Markov Model," 2019 International Conference on Document Analysis and Recognition

(ICDAR), Sydney, NSW, Australia, 2019, pp. 1007-1014,
<https://doi.org/10.1109/icdar.2019.00165>

Nikonova, E.. (2020). Newspaper-Style Expressivization and Dialogization Trends (News Block of English-Language Newspapers). *Nauchnyi dialog*. 128-143.
<https://doi.org/10.24224/2227-1295-2020-9-128-143>

Nyumba, T. O., Wilson, K. A., Derrick, C. J., y Mukherjee, N. (2018). The use of focus group discussion methodology: Insights from two decades of application in conservation. *Methods In Ecology And Evolution*, 9(1), 20-32. <https://doi.org/10.1111/2041-210x.12860>

Otao, K., y Satoh, T. (2021). Text layout methods overlaid on images considering readability and balance. In *Proceedings of the 18th International Conference on Advances in Mobile Computing & Multimedia (MoMM '20)*. Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 219–223. <https://doi.org/10.1145/3428690.3429180>

Palau-Sampio, D., y Cuartero, A. (2022). The evolution and hybridization of reportage: characteristics of the genre in «La Vanguardia» and «ABC» (1982-2018). *Communication & Society*, 35(4), 55-70. <https://doi.org/10.15581/003.35.4.55-70>

Paris, D. (2018). Stories. *Change: The Magazine of Higher Learning*, 50, 4 - 6. <https://doi.org/10.1080/00091383.2018.1540812>.

Peña-Fernández, S., Casado-del-Río, M., & García-González, D. (2021). From Rigidity to Exuberance: Evolution of News on Online Newspaper Homepages. *Future Internet*, 13, 150. <https://doi.org/10.3390/fi13060150>.

Proaño Cepeda, D. R. (2018). *Diseño de un periódico free press impreso y digital sobre interculturalidad para adolescentes de la Ciudad de Quito [Tesis de licenciatura]*. Universidad UTE. <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/18577>

Punia, A. (2023). Graphic design and manufacturing of enterprise art products based on machine learning and 5G network. *9th International Conference on Advanced Computing and Communication Systems, ICACCS 2023*, 2438-2443. <https://doi.org/10.1109/icaccs57279.2023.10112948>

- Quinde, S. (2014). Transición del diseño editorial del periódico impreso a digital, caso Diario El telégrafo de la ciudad de Guayaquil. Guayaquil: Universidad Santiago de Guayaquil.
- Rachmawati, D., Amalia, A., y Rinaldi, M. (2021). Analysis of Maximal Shift Algorithm and Rabin-Karp Algorithm in Graphic Design Dictionary. 2021 5th International Conference on Electrical, Telecommunication and Computer Engineering (ELTICOM), 5, 152-156. <https://doi.org/10.1109/ELTICOM53303.2021.9590170>
- Rao, K. (2018). Avoid Plastic Banners. Current Science, 114, 943-943. <https://doi.org/10.18520/CS/V114/I05/943-943>.
- Rizk, J., y Davies, S. (2021). Can Digital Technology Bridge the Classroom Engagement Gap? Findings from a Qualitative Study of K-8 Classrooms in 10 Ontario School Boards. Social Sciences, 10(1), 12. <https://doi.org/10.3390/socsci10010012>
- Robinson, P. (2020). Newspapers and Advertising. En Edinburgh University Press eBooks, 57-62. <https://doi.org/10.3366/edinburgh/9781474424882.003.0003>
- Rodríguez, S. (2019), "Mexican photojournalism: the visual narrative of La Jornada newspaper (1984-2000), a way of telling stories", Collection and Curation, 38(2), 45-51. <https://doi.org/10.1108/CC-03-2018-0004>
- Rodríguez-Pardo, C., Suja, S., Pascual, D., López-Moreno, J., y Garces, E. (2019). Automatic extraction and synthesis of regular repeatable patterns. Comput. Graph., 83, 33-41. <https://doi.org/10.1016/J.CAG.2019.06.010>.
- Rubtsova, O. (2019). Los medios digitales como nuevo medio de mediación (Primera parte). Psicología Histórico-Cultural. <https://doi.org/10.17759/chp.2019150312>.
- Sabry, O., y AboElnaga, H. (2021). The Role of Modern Holographic Technology in Graphic Designs of Animated Advertising Campaigns. Journal Of Design Sciences And Applied Arts (Print), 2(2), 118-128. <https://doi.org/10.21608/jdsaa.2021.29893.1034>
- Sage, K. D., Augustine, H., Shand, H., Bakner, K., y Rayne, S. (2019). Reading from print, computer, and tablet: Equivalent learning in the digital age. Education And Information Technologies, 24(4), 2477-2502. <https://doi.org/10.1007/s10639-019-09887-2>

- Said, N. (2019). The depth of interactivity in the interaction with multimedia content: the development of user-friendly application. *Evol. Intel.* 17 (Suppl 1), 3 (2024). <https://doi.org/10.1007/s12065-019-00317-3>
- Salinas-Gutiérrez, I. (2019). Cómo se diseñan los textos digitales interactivos: una crítica al modelo actual. *Nova Scientia*, 11(23), 371-407. <https://doi.org/10.21640/ns.v11i23.1889>
- Sartori, G. (1984) *La política, lógica y método en las ciencias sociales*. México. Fondo de Cultura Económico
- Schindler, J., y Müller, P. (2018). Design follows politics? The visualization of political orientation in newspaper page layout. *Visual Communication*, 17(2), 141-161. <https://doi.org/10.1177/1470357217746812>
- Sergeevna Doroschuk, E., y Vasilievna Karpova, E. (2020). Features of teaching practices of network media in the russian region: the case study of network media in the Volga region. *Revista Conrado*, 16(77), 114-118. <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/1576>
- Shevtsova, A. (2019). STYLISTIC FEATURES OF BRITISH NEWSPAPER HEADLINES IN THE DIACHRONIC ASPECT1. . <https://doi.org/10.46687/silc.2019.v05.005>.
- Shokrollahi, A., Maybodi, B., y Mahmoudi-Aznaveh, A. (2020). Histogram modification based enhancement along with contrast-changed image quality assessment. *Multimedia Tools and Applications*, 1-22. <https://doi.org/10.1007/s11042-020-08830-9>.
- Shoop-Worrall, C. (2019). Scouse Sensation. *Media History*, 27, 148 - 161. <https://doi.org/10.1080/13688804.2019.1652583>.
- Silva-Quiroz, J., Fernández Serrano, E., y Astudillo Cavieres, A. (2016). Modelo interactivo en red para el aprendizaje:hacia un proceso de aprendizaje online centrado en el estudiante. *Bit de píxel. Revista de Medios y Educación* , (49), 225-238.
- Solans-Domènech, M., Millaret, M., Radó-Trilla, N., Mendivelso, J. C., Carrión, C., Permanyer-Miralda, G., y Pons, J. (2019). Exhaustividad y tono crítico de las noticias en la prensa escrita que informan de una innovación médica. *Gaceta Sanitaria (Barcelona. Ed. Impresa)*, 33(2), 99-105. <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2017.10.003>

- Sreekala, P. y Baby, M. (2019). Digital Archiving and Access to Print Media Resources: A Study among Leading Malayalam Newspaper Libraries in Kerala. *Asian Journal Of Information Science And Technology*, 9(3), 19-24. <https://doi.org/10.51983/ajist-2019.9.3.293>
- Stefanac, T. (2022). Evaluación del contenido pictórico de periódicos históricos a partir del ejemplo de Jastrebarski novina. *Bibliotecarios Vjesnik de Croacia* , 65 (3), 129-146. <https://doi.org/10.30754/vbh.65.3.953>
- Sudaryana, A. y Prakosa, A. (2023). From Print to Digital Newspaper: Analysis of Consumers' Motivation to Buy Newspapers. *Jurnal Ekobistek*. 12. 520-525. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v12i1.372>
- Tasente, T. (2021). The 4 phases of evolution of political communication systems: from the golden age of the parties to the golden age of the users. *Technium Social Sciences Journal*, 2, 76-83. <https://doi.org/10.47577/tssj.v2i1.50>
- Thamarana, Simhachalam. (2016). Use of multimedia technologies in english language learning: A study. *International Journal of English Language Teaching*. Vol.4. 15-30.
- Tian, H. (2022). Application and Analysis of Artificial Intelligence Graphic Element Algorithm in Digital Media Art Design. *Journal Of Mobile Information Systems*, 2022, 1-11. <https://doi.org/10.1155/2022/6946616>
- Ureta, A., Ayerdi, K., y Peña-Fernández, S. (2020). Shared Spaces for News Content Production in Spanish Online Media. , 113-127. https://doi.org/10.1007/978-3-030-36315-4_9.
- Venkatraman, V., Dimoka, A., Vo, K., y Pavlou, P. (2018). Relative Effectiveness of Print and Digital Advertising: A Memory Perspective. *Journal of Marketing Research*, 58, 827 - 844. <https://doi.org/10.1177/00222437211034438>.
- Waseif, A., Waseif, M., el Sadek Omar, M., el Latief, y el Qader, W. (2020). The problem of using conservative or liberal typography in the printed graphic design. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 47(3), 114-126. <https://archives.ju.edu.jo/index.php/hum/article/view/101011>
- Weston, L., Krein, S., y Harrod, M. (2022). Using observation to better understand the healthcare context. *Qualitative Research in Medicine and Healthcare*. <https://doi.org/10.4081/qrmh.2021.9821>.

Wood, E. (2019). Putting it together. . <https://doi.org/10.1201/b18499-29>.

Xiang, Y. (2021). Research on Graphic Design Image Processing Technology Based on Reference Relation. Journal Of Physics: Conference Series, 1982(1), 012209. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1982/1/012209>

Xin-Xin, H., y Zhang, W. (2020). Research on Graphic Design in the Era of New Media. The Frontiers Of Society, Science And Technology, 2(7). <https://doi.org/10.25236/fsst.2020.020713>

Yulida, R., Rosnita, R., Kurnia, D., Andriani, Y., y Septya, F. (2021). Pembuatan dan Pelatihan Website Administrasi Desa Bukit Lingkar Kecamatan Batang Cenuk Kabupaten Indragiri Hulu. PengabdianMu, 6(2), 164-169. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v6i2.1677>

11. Anexos

Anexo 1: Modelos de fichas de observación

Ficha de observación de los elementos de composición gráfica de Diario Hora32								
Formato	Retícula	Tipografía	Color	Cabecera	Imágenes	Multimedia	Hipertexto/Hipermedia	Interactividad
Vertical	Manuscrita	Romana	Primario	Título	Fotonoticia	Escritura	Gráficos	Conversación entre
Horizontal	Modular	Egipcia	Secundarios	Fecha	Ilustración	Imágenes	Audio	la aplicación y el
Ajustado	Columnas	Sans serif	Secundarios	Autor	Infrografía	Sonido	Texto	usuario
	Jerárquica	Scrip	Terciarios	Y secciones	Fotomontaje	Texto	video	íconos
		Decorativas	Cálidos		Gráficas	Animación		
			Fríos		Humor gráfico	video		

Ficha de observación de los elementos de composición gráfica de Diario La Hora Loja						
Formato	Retícula	Tipografía	Color	Cabecera	Imágenes	
Sábana	Manuscrita	Romana	Primarios	Título	Fotonoticia	
Berlinés	Modular	Egipcia	Secundarios	Fecha	Ilustración	
Tabloide	Columnas	Sans serif	Terciarios	Autor	Infrografía	
Anglismo	Jerárquica	Serif	Cálidos		Fotomontaje	
		Titulare	Fríos		Gráficas	
		Scrip			Humor gráfico	
		Decorativas				

Anexo 2. Entrevistas

Entrevista a Lilia Carpio

1. ¿Qué tiempo tiene ejerciendo en el área de diseño gráfico?

Llevo más de 10 años en el área del diseño gráfico, principalmente como docente.

2. Para usted ¿Cuál es la importancia del diseño gráfico en un periódico impreso y uno digital?

El diseño gráfico es importante en todas las áreas de la comunicación, en este caso, tanto el periódico impreso como el digital tienen sus propias características. En cada uno se debe considerar los fundamentos de la composición, que incluye legibilidad, tipografía, color, etc. En el periódico en papel es importante cuidar el color, se conoce que el papel de periódico absorbe mucha tinta y en muchos casos puede causar que se pierda legibilidad, no sucede esto en el medio digital, pero en el digital debemos considerar otros aspectos como, por ejemplo, que se pueden agregar elementos audiovisuales. El diseño gráfico cumple una función fundamental en estos medios informativos, tiene la tarea de organizar y jerarquizar la información, de la tal forma que llegue de forma correcta al lector.

3. Bajo su criterio, ¿Podría hablar acerca de los elementos de composición editorial que usted considera fundamentales en el diseño de un periódico de la versión impresa y digital?

Como lo mencionaba, en ambos se considera elementos que forman parte de la composición, y esto incluye, imágenes, textos, color, equilibrio y espacios. Para lograr ubicar la información en los lugares más adecuados es importante establecer una retícula, que permita organizar cada elemento. En el periódico impreso la retícula, se debe establecer a partir del número de módulos y columnas que en los formatos tabloide o sábana, generalmente es entre 5 y 6 columnas; el equilibrio en la composición también debe tomarse en cuenta, esto dependerá de las imágenes y los textos, conocemos que las imágenes son muy importantes porque son las que inmediatamente captan la atención del lector, tendrán un mayor peso y este dependerá de la jerarquía de información, es decir, la noticia más importante se ubicará en la parte superior de la página con una imagen más grande, con un título y subtítulo mayor al resto de noticias; la tipografía utilizada

principalmente para el cuerpo de la página, debe ser legible, facilitar la lectura y se debe generar descanso, a través de espacios entre párrafos. Los textos deben distribuirse a lo largo de las columnas, y estas deben respetarse, las columnas no son adornos, permiten que se establezca un orden de lectura, si no se respetan se generará caos, el lector se perderá en la página, y, por lo tanto, no existirá comprensión de la información.

La versión digital es muy diferente a la versión impresa, ya que la web tiene los hipervínculos, si al lector le interesa una determinada noticia empezará a hacer clic para llegar a más información que, puede ser textos, videos, animaciones, etc. La primera página del medio digital debe tener los elementos necesarios para que el que navegue encuentre la información que le interesa, igualmente se utilizan retículas y módulos para la distribución de información, pero, a diferencia de la versión impresa, en donde se presenta gran cantidad de texto en una página, acá las imágenes predominan. Las imágenes y los textos, deben tener un equilibrio, una imagen con el título, subtítulo y pocos párrafos de texto, ya que, a diferencia de la versión impresa, en la web se escanea la información, es decir, se pasa muy rápido por las diferentes noticias.

4. ¿Qué opinión tiene acerca de los productos editoriales de La Hora y Hora32?

Al hablar del diseño visual, ambos medios tienen un diseño similar, retículas similares en sus versiones impresas y digitales. Aunque, Hora32 aplica el color de forma más interesante, maneja un mayor contraste de color, las noticias se resaltan con fondos de color, y la tipografía utilizada es visible y legible, lo que hace que se perciba un mejor orden y mayor facilidad de lectura.

5. ¿Cree usted que los elementos de composición gráfica utilizados en los diarios anteriormente mencionados cumplen con su función? ¿Por qué?

En La Hora y principalmente en Hora32 los elementos compositivos cumplen su función, porque permiten jerarquizar la información, y facilitan la comprensión del mensaje, sin embargo, creo que Hora32 aprovecha mejor estos elementos, sus páginas de la sección impresa son fáciles de entender, el lector se dirige de una noticia a otra sin dificultad.

6. Como diseñadora gráfica, al momento de diagramar un periódico, ¿Cuál cree usted que es el elemento de composición gráfica que tenga mayor relevancia en un periódico, versión impresa y digital? ¿Por qué?

La respuesta tiene relación directa con lo mencionado en la pregunta 3.

7. Según su perspectiva, ¿Qué formato tiende a llamar más la atención según su diseño, impreso o digital?

Dependerá del tipo de público, para los más jóvenes los formatos digitales, para públicos más adultos su preferencia será por los impresos.

8. ¿Qué herramientas son fundamentales para el diseño de ambas versiones?

Para ambas versiones, el software profesional de diseño y maquetación. Para versión impresa los equipos de impresión y tratamiento del color.

9. En base a su experiencia, ¿Cuál ha sido la mayor dificultad al momento de diseñar un periódico, versión impresa y digital?

No he experimentado mayores dificultades, además, no se puede dejar de lado el papel que cumplen los periodistas, investigadores, fotoperiodistas, editores, etc.; el diseñador gráfico trabaja directamente con estos profesionales, definir el contenido y la puesta en el espacio compositivo es una tarea en equipo.

10. ¿En qué se diferencia el diseño gráfico de un periódico digital con un impreso?

Principalmente en el tratamiento del contenido (textos e imágenes), en el periódico impreso se debe colocar la mayor información posible, transmitir la noticia completa en una sola página, a lo largo de las columnas; en el medio digital, el contenido se organiza a través de enlaces que dirigen a diferentes páginas, e incluso a recursos multimedia.

Entrevista a Andrea Velázquez

¿cuál es la importancia del diseño gráfico en un periódico impreso y en uno digital?

A ver, la composición visual, la imagen visual como tal siempre es importante, ¿sí? Desde cualquier punto de vista. Nosotros conocíamos lo que eran los medios impresos y también hay que tener claro, cuando se habla de un medio de comunicación de los principios de identidad, sí, entonces, independientemente, incluso de las empresas y de las organizaciones, las empresas tienen identidad corporativa e imagen corporativa. Sí, entonces, los principios de identidad son todo lo que es la institución o el medio, sí, desde sus inicios, su nombre, la historia, sus empleados, los directivos, esos son los principios de identidad y la imagen lo que reposa en los públicos, así aquella percepción que tienen los públicos de esta imagen. Bajo esos criterios, bajo esos conceptos bien entendidos, hay que entender también esta parte gráfica, o el diseño o el fondo de marca de un medio de comunicación. Sumamente importante desde el nombre, en la historia de la prensa como se la conocía escrita como tal en el tema de los medios de comunicación, está por así decirlo baja de lectura o presión en la prensa y nos atrevemos a veces a aseverar los investigadores de que el medio prensa como tal ya va desapareciendo o hemos visto sobre todo que ha migrado a formatos digitales. Sin embargo, lo que sí estamos claros es en que estos principios de identidad o de marcas se mantienen. Por ejemplo, el comercio, en el comercio entienden los principios de identidad y también ha permanecido por años igual que el universo, no claro, ya no existen, bueno, en el caso de un universo existe la versión impresa, pero el medio como tal, el fondo como tal, los principios de identidad, si el tema incluso de que ya lo conversaríamos después, el tema de la veracidad, de la credibilidad de un medio se mantiene. Entonces esta parte gráfica siempre es importante cuando recibíamos un periódico, un folleto impreso, teníamos que darle este nombre y a ese nombre una identidad visual, una identidad gráfica como tal. Entonces, en estos ejemplos, el universo, el comercio, el mismo extra, el metro que tienen estas identidades bien marcadas y este respaldo de posicionamiento para un posicionamiento de marca, sí funcionaba en realidad en el tema impreso como tal cuando nosotros recibíamos y también funciona en la era digital como el nombre, obviamente con las adaptaciones que tiene que tener para los medios digitales.

Entonces, como viene mencionando que es importante esta parte gráfica para lo que es la identidad de la empresa, ¿usted cree que es más importante la parte del diseño o de la composición gráfica en un diario impreso o en uno digital? ¿O es igual de importante?

Es muy importante en los dos, sí, porque obviamente la forma en cómo está distribuido cuando te comentaba Alisson, cuando nosotros recibimos un periódico, o sea, ¿por qué incluso es un tabloide? ¿Por qué incluso hay otros formatos que eran más pequeños? ¿Y por qué existe una portada, por ejemplo, en donde están las noticias más importantes o más relevantes? La distribución es esencial en realidad. Entonces, en ese caso, por ejemplo, teníamos un formato y una distribución en la portada de las principales noticias. En la era digital y en una página web, si de un medio de comunicación, tienes otras formas de comunicación, pero la distribución visual es importante. Incluso puedes utilizar otras estrategias con automatización de la comunicación, sí que nos pueden llevar a los principales titulares o no necesariamente encontrar en las principales páginas del diario, pero sí en lugares estratégicos y también el uso de plataformas como medios sociales. Luego ir al diario y también es importante, por supuesto, si una, en este caso una arquitectura web, sí que nos ayude a entender y que al usuario le dé una experiencia también para leer una noticia sumamente importante en realidad del tema visual.

Entonces, ¿cuáles son los elementos de composición editorial o gráfico que usted considera que son fundamentales en el diseño de un periódico tanto en su versión impresa como en la digital?

Yo creo que es importante que se entienda el medio como tal, la distribución de las noticias, en el caso de la web, la arquitectura que pueda tener en realidad ese medio para guiar al usuario, a la experiencia de leer y de sobre todo quedarse con la información. Lo importante, ¿no? Ahora bien, yo pienso que allí también hay un tema muy de fondo de la credibilidad que pueda tener el medio, porque como estamos en una era en la que por lo menos en plataformas se publica en muchísimas situaciones, entonces allí lo que va a fundamentar el hecho de que alguien vaya a una noticia en específico es la identidad de marca del medio de comunicación. Entonces esta parte también atractiva, gráfica en la parte en los medios que aún conservan, es indispensable también la bien estructurada, bien diagramada y en la parte digital como tal, también es importante hacer esa discusión, esa arquitectura e incluso es más en que nos lleva medio de comunicación a una noticia. Ahora mismo se utilizan muchísimas plataformas, sí, las plataformas digitales, entonces las oficiales de estos vídeos como Twitter, como Facebook, el mismo TikTok está funcionando en algunos medios de comunicación. Sí, sea para obviamente involucrar al usuario, la audiencia esté en este proceso. Entonces, más bien, también allí juega un papel muy importante la parte visual, la gestión de contenidos, las estrategias que se puedan

hacer de automatización, los algoritmos que nos puedan llevar en realidad a estas noticias. Y por supuesto, como te mencionaba el tema, sí, es lo que mencionaba al principio, o sea, el comercio, su tipografía, incluso su forma, sigue siendo la misma para porque nos orienta a un medio, a un principio de identidad que nos ayuda en realidad a reconocer el medio como tal. Y claro, no importa cuál sea la plataforma incluso, sí, pero si uno está en Facebook y ve la noticia del comercio, lo más probable es que vaya a ese o la plataforma de ese medio de comunicación porque ya hay un posicionamiento de marca de un medio como tal de fondo.

Desde su punto de vista considera que en la versión impresa de Diario La Hora y Hora32, o sea, ¿cómo ve que manejan su composición gráfica?

A ver, en el tema de diario La Hora, la verdad es que antes sí tenía mucha posibilidad de ver la versión impresa, ahora solo he visto la versión digital. Sí. En el tema de Hora 32, que también es importante entender, como te mencionaba, el principio de identidad de Hora 32 nació a partir de, incluso tiene un antecedente en el por qué se formó el medio de comunicación.

Sí, con el tema de diario Hora32 también hay que entender un poquito ese contexto. Últimamente no he tenido la posibilidad de analizar un formato impreso en realidad de los dos medios. Me parece que la última vez, bueno no sé exactamente, no recuerdo. Pero bueno, en diario la ORA que sí lo manejaba, obviamente la estructura a mí me parecía bastante bien. Este medio tenía la particularidad, como ellos se mencionaban, de ser un medio nacional, pero con cobertura local, con sus diferentes versiones. Por ejemplo, para el OGE existía su versión y claro, había las noticias nacionales, pero sobre todo el contexto local. Entonces, la diagramación, aparte de su primera parte, de su marca, de su logo, iba, por ejemplo, en el tema de las portadas noticias locales, claro, obviamente con algo del contenido nacional. Me imagino que se mantiene bajo esos criterios.

En la parte digital, la verdad es que lo veo bien, o sea, como se manejan los actuales medios de comunicación en esa evolución que dieron al tema de los formatos digitales. En el tema de Hora 32, como su nacimiento es distinto, es en un contexto distinto, incluso como base en este tema de la hora como tal, y tiene su historia allí, su antecedente de identidad, sí, incluso el nombre como tal, no, o sea, porque viene de este tema del diario de labores de los empleados en realidad, porque por eso se llama ahora 32

en realidad. Sí, entonces hay ese fondo un poquito de la identidad y de la marca. Gráficamente, sí, yo no he tenido la posibilidad, me parece que solamente alguna vez. Sí, la verdad de verlo impreso, pero en su versión digital se maneja con el contenido, me parece que adecuadamente. Y también está en ese fondo del contexto local, o sea, de ese y la adicción a mí del contexto local.

Entonces, ¿cree que la composición gráfica en general de estos dos diarios mencionados cumple con su función?

Bueno, sí, yo creo que cumple con su función en la composición gráfica, ¿sí? Yo pienso que ahora los medios tienen que pensar mucho en este tema público, sobre todo en otras situaciones como la generación de contenidos y cómo es el hecho de llegar a las audiencias como tal. Por supuesto que va a ser importante esta primera parte, o sea, no nos vamos a saltar el hecho de, primero de una identidad visual del medio como tal, eso jamás, porque existe para diario de la hora y para ahora 32 y yo creo que está bien, en diario de la hora bastante bien posicionada, el color azul, después era un cambio de tipografía, o sea, en eso no existe, incluso, bueno, cuando se hace una estima de marca, claro, es eso de investigar. Pero es posible hacerlo, es posible manejarlo de esa forma, pero más allá de ello creo que el desafío ahora mismo también es el tema de generación de contenidos y de cómo se le da solvencia a esa marca, sin dejar de decir que obviamente la composición gráfica es importante y que mi criterio está bien estructurada, si uno se puede trabajar con lo que están manejando actualmente, lo único es que no he visto últimamente las versiones empresas, entonces allí sí que no podría emitir criterio y en la versión digital yo lo he visto bien, por eso digo en la versión digital hay un poco el desafío, es más este tema de la generación de contenidos como tal, sea más de obviamente los principios éticos de la veracidad, pero de cómo llegar a estas nuevas audiencias de una forma en que no se pierda esta identidad de la marca, si sumemos con la parte gráfica, con la parte visual que tengamos esta veracidad, logremos hacer que obviamente la gente vaya a mi medio y que no existan este tipo de... a ver, yo a veces tengo comentarios del tipo ¿por qué en TikTok? ¿por qué este medio social debe o no debe utilizarse? Entonces yo lo que hago es este razonamiento, uno tiene que tener un fondo, una marca, una estrategia, si cuando uno tiene esta situación bien planificada, bien pensada y hecha con lo que se debe, con estrategia y en el caso de los medios de comunicación y los medios digitales con todo lo que implica en realidad. Esto, pues obviamente la plataforma va a

ser un aporte cumpliendo los objetivos y con sus características. Entonces, yo pienso que allí está el desafío definitivamente.

Entonces, como comunicadora, ¿usted cuál cree que es ese elemento de composición gráfica que tiene mayor relevancia tanto en un diario impreso como uno digital?

Yo pienso que hay dos cosas. Una, el tema de la mención de la marca como tal. La identidad de la marca como tal y el nombre de marca. Y otra, la estructura gráfica que tenga el medio. En un medio impreso, cómo está distribuido. Y cómo te lleva a las noticias. Y cuál es esa composición que hace que el lector siga esa secuencia. Sí, del medio como tal. Y en la parte digital lo mismo. La primera, un poco el posicionamiento, esta parte gráfica, o sea, del nombre de marca como tal. Y en la web, la arquitectura, la forma en cómo están distribuidas las noticias o las secciones o lo que corresponde al medio de comunicación, sumando el hecho que te mencionaba del desafío que se tiene en el tema digital.

Entonces, ¿usted cree que esta parte del diseño o de la composición gráfica es algo que tiende a llamar mucho la atención para que una persona vaya a consumir cierta información? O sea, ¿es algo que es relevante para que la persona pueda leer la información de cierto diario, ya sea impreso o digital?

Indudablemente, ¿no? O sea, el tema del diseño forma parte y obviamente bien utilizada en estructura, se puede volver una herramienta muy interesante para los objetivos. Finalmente, ¿qué busca un medio de comunicación? Obviamente que la gente lea, que cree, y también en ciertos casos entendemos a los medios de comunicación en un modelo de comunicación. Obviamente que pudiese lograr esto de alguna forma por publicidad y entonces esto también es inmensa darle porque es difícil entender este texto incluso los medios de comunicación se han visto en esto de siglo, siglo, definitivamente porque claro parte del modelo de negocio y los medios de comunicación también son empresas. La gente que genera los contenidos para sus periodistas, para las personas que están detrás del medio de comunicación, estas cosas que decían, sí, incluso en el digital como contenidos portar y pueden generar también eso para cubrir lo que se necesita, no como el medio de comunicación. Entonces, indudablemente este tema de la parte gráfica, sí, o de la parte visual de esta identidad, sí, suma a lo que sería un poco la estrategia general de la empresa informativa del medio de comunicación.

¿Hay algún detalle que quiera añadir acerca sobre ese tema de los elementos de composición gráfica al momento de diseñar un periódico?

Bueno, yo siempre hago, yo trabajaba un poco el tema de marcas como tal, ¿no? En general, no. En general, marcas como la UTPL, marcas también de emprendimientos, marcas un poco relacionadas también al tema de comunicación. Y yo siempre digo que para ilustrarse y para hablar de esta parte gráfica siempre tiene que existir un fondo. Sí, y que a veces es bueno detenerse en ese fondo. Sí, y después sí, llevarlo a una parte en que obviamente nos puede ayudar a sujetar ese fondo. Entonces, así es un poco cómo se trabaja este tema de las marcas y cómo se trabaja este tema de la parte gráfica. Porque finalmente, Alisson, digamos, ilustrar puede, por así decirlo, en el mejor de los sentidos, o sea, podría cualquier aprendiz ilustrador, ¿no? Pero hay profesionales de diseño, ¿sí? Hay profesionales que lo hacen, lo hacen correctamente y ese es un trabajo en conjunto también con alguien que plantea una estrategia, ¿sí? que hagamos un loguito en campo, que no está mal, porque nos funciona muy bien la herramienta, incluso los mismos programas, el ilustrador, porque tiene que existir un fondo siempre. O sea, no importa cuál sea ese programa o esa plataforma o eso que nos ayude a esta construcción visual, pero siempre y cuando tenga un fondo. Sí, entonces es importante por eso entender siempre los conceptos que te mencionaba al inicio, la identidad corporativa, la imagen corporativa, la identidad visual y luego entender en cambio una estructura gráfica, que es distinto en un documento, en una revista, en un periódico, en un libro, incluso, porque cuando existen ilustraciones, puede existir un libro solo de ilustraciones, solo de dibujos, pero, ¿cuán importante es el fondo de las cosas? Y en eso a veces hay que detenerse a pensar. Entonces, cuando yo he trabajado con la construcción de marcas, dicen, pero ¿por qué se demoran tanto antes de una construcción visual? Si un logo lo puede hacer rapidísimo alguien, sí, pero ¿de qué parte? ¿De dónde? ¿Por qué? ¿Cuál es el...? También hay varias historias, a veces hay situaciones que de pronto no comprendemos, no solo a nivel de prensa, por ejemplo, a veces este nos podemos preguntar por qué este Apple Mac que le llamamos ahora tiene una manzana, porque los colores, porque después la evolución. Bueno, también podríamos hacer todo un estudio, una estructura, pero sí que como te mencionaba el fondo, sí es importante si vamos a hacer el nacimiento de un nuevo medio digital vamos a suponer eso. La parte gráfica, la parte visual nos va a ayudar muchísimo y tenemos que darle esa estructura visual, ese nombre de marca, pero tiene que tener esos principios de identidad. Como obra 32, sí que te he mencionado, tiene una

connotación, tiene un fondo, sí. E incluso allí, bueno, en la suma de colores tiene una especie de opción, pero hay un por qué de que, porque pasó eso, sí, en ese determinado momento.

Entrevista a Javier Agreda

¿Qué tiempo lleva trabajando en el área de diseño gráfico?

Desde 1980, comenzando en el diario La Crónica.

¿Cómo era el diseño en ese tiempo?

Inicialmente, el diseño gráfico era manual, utilizando recortes y pegando textos e imágenes. Con el tiempo, el proceso se modernizó a la diagramación digital alrededor de 1994 o 1995. Hoy en día, el entrevistado utiliza QUARTX PRESS para el diseño, procesando los diseños en placas de metal para trabajos a todo color y matrices de poliéster para trabajos de un solo color.

¿Cuál cree que es la importancia del diseño gráfico en un diario impreso y en uno digital?

El diseño gráfico es importante tanto en los medios impresos como digitales. Un buen diseño, combinado con contenido de calidad y una buena impresión, puede llevar al éxito. Pero, los medios impresos y digitales atraen a diferentes audiencias. Los medios impresos atraen a un público más adulto, mientras que los medios digitales deben ser más llamativos y coloridos para atraer a un público más joven.

¿Siente que tal vez llama más la atención el diseño en la parte de un medio digital que en uno impreso, o estarían equilibrados?

Depende. Un buen diseño puede atraer la atención tanto en los medios impresos como digitales. Pero, la publicidad en los medios digitales puede ser más intrusiva, ya que se encuentra más anuncios mientras se busca información. La publicidad en los medios digitales está más organizada y dirigida que en los medios impresos. Concluye que crear buenos contenidos es ahora más fácil gracias a la disponibilidad de recursos en línea, pero es importante considerar a qué público se dirige.

¿Cuáles son los elementos de composición gráfica fundamentales en el diseño tanto de un diario impreso y un digital?

Estos pueden variar dependiendo del medio y del público.

¿Cuál es su pensamiento acerca de los diseños de La Hora y Hora 32?

La Hora tuvo su mejor momento hace más de 20 años, tenía una calidad de su información y su diseño único, el diseño actual necesita cambiar para mantenerse relevante.

¿Cree que el diseño actual de La Hora cumple una función de llamar la atención de quien lo está consumiendo?

El diseño de La Hora parece haberse estancado y necesita evolucionar para seguir atrayendo a los lectores. En Hora32 deberían crear un diseño propio y único, y que el diseño debe ser visualmente atractivo ya que la imagen tiene un gran impacto en la atención del lector y el contenido debe ser conciso y preciso.

¿Ha tenido alguna dificultad al diseñar un diario impreso o un digital?

No, pero tengo que actualizarse para el diseño digital. Hay una facilidad para agregar enlaces en los medios digitales, lo que permite a los lectores acceder a la fuente original de la información.

¿Cuáles son las principales diferencias en el diseño de un diario impreso y uno digital?

El diseño digital debe ser totalmente visual, con menos palabras y más imágenes. En el impreso, la foto principal y el texto son los elementos más importantes. Sin embargo, en el digital, se debería utilizar más la infografía. La portada es crucial tanto en el impreso como en el digital, ya que es la vitrina que vende todo.

¿Y en el caso de otras partes de la estructura como la portada, por ejemplo?

La portada debe ser manejada con mucho criterio y profesionalismo, ya que es la vitrina que va a vender todo. En un periódico digital, la portada define todo el contenido, y que lo que más vende es la marca y el tema principal.

¿Según su perspectiva, qué diseño es el que más llama la atención de una persona como lectora, consumidora de un medio digital o un impreso?

El diseño digital gana terreno porque es gratis y totalmente visual. El contenido debe ser breve y visual, con menos palabras y más imágenes o infografías. Además, menciona que la portada es crucial en ambos formatos, ya que es la vitrina que vende todo. La infografía es poco utilizada, pero muy efectiva cuando no hay fotografías disponibles.

¿Tienes algo más que agregar sobre el diseño de diarios, ya sea impresos o digitales?

Sí, creo que falta creatividad. Personalmente, no me considero muy creativo. La clave es cómo conquistar a la juventud. Hace años, pasamos de periódicos en blanco y negro a full color, un cambio significativo para los diseñadores. Ahora, con lo digital, la competencia es fuerte. Aunque lo impreso no desaparecerá, la mayoría de los lectores son adultos. Los niños prefieren contenido digital, pero aquí surge el problema. El acceso a una biblioteca digital es amplio y sin límites. Las leyes y reglas no pueden controlar todo en las redes sociales.

En el caso de diagramar un diario impreso y uno digital, ¿cuáles son las herramientas que se utilizan y en qué se diferencian?

Las herramientas son las mismas para ambos. Se utilizan programas como Illustrator, Photoshop, InDesign, entre otros. La es en la ventaja que ofrece lo digital en términos de variedad tipográfica. Ahora contamos con miles de tipografías disponibles para utilizar, lo que antes no era posible en el diseño impreso. Los programas son los mismos, pero la preferencia por uno u otro depende del diagramador y sus preferencias personales.

¿Qué importancia tiene la tipografía en el diseño de periódicos impresos y digitales?

La tipografía tiene un papel importante en el diseño visual. Al agregar densidad, volumen, colores y estilos a las letras, se convierte en un elemento llamativo. Incluso en ausencia de imágenes, la tipografía puede dar vida a un espacio con un texto corto.

Aparte de imágenes y tipografía, ¿existen otros elementos visuales que destaquen?

Las líneas y las infografías son elementos visuales que llaman la atención. Las infografías combinan dibujos técnicos con texto, son una mezcla atractiva de imágenes y contenido escrito. El uso del color es importante, ya que puede destacar elementos específicos en la página, llamando la atención del lector en medios impresos y digitales.

¿Debería un medio presentarse de diferentes maneras en su versión impresa y digital?

Sí, la versión impresa suele dirigirse a un público adulto, mientras que la versión digital atrae a un público más joven. El contenido digital debe ser totalmente visual y breve, mientras que el contenido impreso también necesita evolucionar. Asegura que el diseño digital debería tener una presentación diferente a la del impreso. El contenido impreso es apreciado en los cantones, pero no tanto en las ciudades. El contenido debe presentarse en “pastillitas”, en pequeñas dosis fáciles de consumir.

Entonces, ¿el diseño varía según el lugar al que va dirigido?

Sí, depende. Por ejemplo, un afiche en la ciudad puede ser grande y colorido, mientras que, en una parroquia pequeña, un simple folio puede ser suficiente. Las audiencias tienen estilos de vida diferentes, y el diseño debe adaptarse a eso. En la ciudad, la gente está saturada de información y estrés, por lo que un diseño llamativo es necesario. Sin embargo, en lugares más pequeños, un afiche simple puede ser efectivo. Esto se aplica también al medio impreso, donde las presentaciones de noticias tradicionales pueden no funcionar de la misma manera en diferentes lugares.

Anexo 3. Transcripción de grupo focal.

Moderadora

¿Qué opinión tiene respecto a la composición gráfica o el diseño? Les acabo de mostrar televisión impresa y digital de los diarios La Hora y Hora 32, respectivamente

Javier

Bueno, buenas tardes a todos, mi nombre es Javier Auki. En realidad, son muy familiares estos diarios. Cuando tuve la oportunidad de trabajar en uno de ellos, que es Diario La Hora, antes de su cierre, entonces conozco más o menos el diario impreso. Antes era impreso todos los días, simplemente es una impresión me parece a la... Bueno, estructuralmente es un diario que obviamente tiene una función que es imagen institucional, tiene una estructura bien diseñada de acuerdo a los parámetros que rige el diseño, trabajar con columnas, trabajar con vías, cuadrículas, tener una portada, una contraportada, tener todos los elementos que conforman y sus secciones. Me parece que es una estructura tal cual como Hora32, no es un sector de que Horas 32 son también ex empleados de diario de la hora quienes fueron despedidos, ¿no? Entonces llevan también, como quien, parecida a la estructura, casi la misma escuela, como se podría decir, entonces tienen una pequeña similitud en lo que es estructura en la diagramación. Eso podría... permitir mis comentarios.

Nathaly

Bueno, yo considero que actualmente con el uso de los medios tecnológicos que hacemos es mucho más fácil manejar el diario Hora32 que manejar un periódico normal, ya que bueno nosotros estamos en contacto más con la tecnología que con lo que nosotros leemos. Por lo tanto, al menos a mí, me gusta un poco más el diseño de diario digital.

Paulo

Bueno, mi nombre es Paulo Maldonado, Paulo Ester Maldonado. Eh, Hora32 se maneja un poco más digital y a diario va innovando cosas nuevas. Entonces, para los jóvenes y generaciones que vienen van a consumir más este tipo de información digital.

Gustavo

En primer lugar, muy buenas tardes con todos los presentes en esta reunión. Bueno, mi nombre es Gustavo Vincés. Para mi manera de analizar y como es conocimiento de todos nosotros, el tema de la tecnología y las redes sociales ha revolucionado el mundo. Y estos importantes diarios, en La Hora como la 32, han tenido que así mismo adaptarse a la actualidad, como es la realidad virtual. Creo que actualmente la mayor parte de lectores lo hacen a través de la página que tiene Hora32, en sí la noticia que brinda, la noticia que actualizan todos los días, es de suma importancia para poder acordar la mente de las personas. El trabajo que está haciendo, considero que todos en su momento tenemos que pasar por este tipo de trabajos e incentivarles para que sigan así mismos preparados. Gracias por permitirme intervenir.

Jonathan

Bueno, creo que me toca participar a mí, que nadie no sigue la conversación. En primer lugar, buenas tardes con todos. Estaba analizando las preguntas, entonces quería ir como. A abordar otra pregunta. Entonces, claro, respecto a esto que hablan del medio impreso y el medio digital, sí, yo estoy un poco más familiarizado con el medio impreso, entonces claro. Pero también hubo una cuestión como de saber adaptarse a la época digital y esto lo vivimos mucho en lo que fue la pandemia. Entonces a raíz de este evento creo que se empezó a consumir muchísimo los formatos digitales. Nosotros estábamos muy famosos, yo soy de la carrera literatura, entonces estamos muy familiarizados con los libros siempre en su puerto impreso. Entonces un cambio súper drástico pasara a formato PDF, creo que lo mismo pasó con los medios digitales. El saber adaptarse, el saber consumir lo que te da, la propia tecnología, las redes sociales. Entonces, por esta parte, claro, está muy bien por Hora32 que he sabido adaptarse a la parte digital. Luego, abordar una pregunta de lo que está de este medio, pero creo que me quedo más con el medio impreso, con la hora que es el medio tradicional, al que yo estoy acostumbrado. Eso.

Moderadora

Gracias por participar. A ver, entonces en la segunda pregunta tenemos lo siguiente. ¿Considera usted que el diseño gráfico de los medios impresos y digitales influye en la preferencia de los lectores al momento de a cuál prefiere consumir?

Javier

Bueno, personalmente yo tengo una idea súper diferente a lo que se prefiere ahora. Lo que pasa que al momento de que el diario impreso pasó a primer, hacerse o a subirse el PDF a una plataforma digital, en este caso una web solo deja de ser físico, pero no digital, o sea, para mi parecer. ¿Por qué? Porque al ser digital debería ser una herramienta en donde se permita leer fácilmente las noticias, ¿no? Recordemos que la mayoría de las personas tenemos un smartphone, ¿ya? Entonces nosotros, al tratar de... de leer la versión impresa o en este caso la versión digital, la versión impresa subida a un formato digital, el formato es demasiado pequeño. Recordemos que quienes estaban acostumbrados más a comprar este formato impreso eran nuestros papás, nuestros abuelos, nuestros tíos. Realmente tenían un formato tabloide, un formato grande donde se podía apreciar fácilmente las noticias. Tiene mucho que ver con la imagen en sí, claro que sí, el diseño que se era más que todo aislado contenido. Una cosa es primeramente lo que es y luego también la realidad del contenido. Entonces eso también obviamente pongo un ejemplo. A mí no me agrada el diario Extra pero en cambio el contenido engancha a muchas personas. Entonces acá no son en comparación, pero en cuestiones de imagen y de contenido, pues sí es una mera comparación entre estos diarios. Entonces yo creo que sería buscar una manera diferente de presentar este formato digital, ¿sí? Porque tranquilamente nosotros podemos verlo. Sí, sí. Que este tipo de formato sí tiene que ver mucho en la parte del diseño de la imagen para enganchar a... Obviamente, su contenido también tiene que ser un contenido que realmente valga la pena leerlo. Si nosotros estamos leyéndolo en redes sociales, porque ahí solo lo pone un extracto, ¿no? Y... Si nosotros queremos ampliar la noticia, nos vamos a la web. Simplemente ahí se quedaría. Pero en este caso, el formato impreso lo suben también, ¿no? Entonces, que estarían compitiendo entre estas dos partes a la final. Eso es mi forma de pensar en esta parte que se ha migrado de lo impreso a lo digital.

Paulo

La mayoría de medios influye dependiendo en los titulares de los diferentes medios, por ejemplo, los titulares que se mandan, el diario extra engancha bastante a la gente, también por lo que están en variedad con distintas redes sociales. Lo engancho un poco más. Bueno, ese es mi criterio.

Nathaly

La verdad es que yo considero que, digamos, la edad influye bastante en lo que tiene que ser el uso de la media digital o de los diarios digitales, puesto que, digamos, nuestros padres, nuestros abuelos, entre otras más... usan el periódico impreso, mientras que los adolescentes, los jóvenes y los adultos usan más lo que tiene que ser el periódico digital. Además de que la información compacta que te dé el periódico digital es un poco más útil para las personas, o al menos lo vemos de esa manera, puesto que, si necesitas algo, si quieres ver algo, si necesitas una información del periódico, directamente ya te da la noticia y puedes buscarla. En cambio, en el periódico impreso creo que para nuestros padres o para nuestros hogares sería de mucha más preferencia por el tamaño y la forma en la que se da.

Byron

Sí, buenas tardes este con todos este, bueno mi nombre ya me lo ven, él es Byron Rodríguez, acerca con la pregunta que nos decías, este acerca de si la manera de de la impresión digital o física del periódico incluye en los lectores, en los tipos de lectores. Yo considero que efectivamente sí, como manifestaban el resto de personas, este los como son nuestros padres, abuelos, este, eh, sé cómo decir de eh, prefieren más bien la forma física porque así es una manera más fácil para ellos maniobrarla o encontrarlos si ellos ya se encuentran acostumbrados a esa forma de recibir noticias o informarse. Por ejemplo, ahora y ahora lo que somos nosotros se nos hace una forma más didáctica informarnos este por medio de una forma digital porque ya tenemos conocimiento de cómo revisar cómo realizar una búsqueda informativa. Y eso en sí sería un gran punto diferencial. La forma didáctica en la que cada uno puede encontrar la noticia y eso de mi parte. Gracias.

Jonathan

Comparto las ideas de todos esto de la de la brecha generacional que existe uno y otro. Hace algún tiempo veía un señor leyendo un periódico impreso y me llamó un. Es a todo. Eso le. Y que entonces claro, vamos entre generaciones, pues yo creo que la mayoría de los jóvenes va a preferir el formato digital, a diferencia de las personas mayores que toda la vida han consumido periódicos impresos. Entonces, claro, la composición gráfica creo que también influye, tiene que ser llamativa para el consumo de los lectores, ¿no? Entonces creo que la parte aquí digital creo que se lleva el mérito porque no sé ahora como tienes tanto acceso a todo también tienes acceso también una composición creo que un poco más más llamativa a raíz de las redes sociales también por des influir puedes

ganarte un público claro que también haciendo recursivo utilizando cosas llamativas mismo en tu periódico digital algo que digamos el medio el medio impreso no puede hacerlo no puede hacer que no puede subir un video es claro, todas esas ventajas creo que se las lleva el medio digital.

Moderadora

Tenemos otra pregunta. ¿Qué diferencias o semejanzas se encuentran en la composición gráfica de los diarios La Hora y Hora 32, por lo que pudieron observar?

Bueno, en realidad, semejanzas trabajan con columnas, ambos diarios tienen subtítulo principal, una bajada que es un intertítulo o una idea principal y el texto manejan igual lo que es una fotografía o varias fotografías para cada... Para cada... publicación o noticia y con su respectivo pie de foto, también sus cuadros o recuadros en donde destacan algunos datos importantes. La diferencia es, obviamente, también se podría decir diferencia en el uso del número de columnas de cada uno. En unas ocasiones utilizan seis columnas, en otras ocasiones utilizan cuatro o tres, entonces depende de cómo es el contexto de la noticia. Su tipografía también, las tipografías son diferentes en ambos, pero responden a un mismo principio que se tiene que ser legible. Obviamente el texto largo tiene que ser legible y no tiene que ser una tipografía cansona. En este caso ambos diarios tienen estas similitudes y diferencias en la tipografía. Igual manejando que estos formatos de páginas de hechas o páginas en donde se ubica más la publicidad.

Obviamente en este caso, en las páginas derechas siempre es un poco más elevado el costo de la publicación de una publicidad que en su parte izquierda, obviamente también en página color o blanco y negro, ambas manejan este tipo de... bueno, diario la hora maneja este tipo porque obviamente es impreso un día a la semana. Para darle ese valor también, este agregado, tanto cuando es blanco y negro una página, o también cuando es a color. Entonces eso también difiere en el precio. Esos son algunos aspectos que podría destacar entre similitudes de diferentes...

Nathaly

Lo que encuentro de similitud es el título, obviamente llevan los mismos titulares que están atractivos a la vista, obviamente. La tipografía me parece que es legible, es

diferente obviamente con la consta del tipo. Por eso el uso de las columnas o el uso de los subtítulos me parece que es casi similar.

Byron

Bueno, diferencias de sí no habría, más bien son, hay lo que son similitudes, como han dicho la compañera, existe el título, en cuanto a la información que ellos quieren dar a conocer de mayor ampliación, o sea dar a conocer, de mayor conocer, la recaban en la parte principal al desglose de la información, a conocer la noticia en sí, ahí ya la... existe lo que es una mayor incidencia de párrafos y menos imágenes. Hay una vuelta en cambio en la parte de la portada que exige más imágenes para que llamen la atención al lector. Eso en sí.

Jonathan

Más bien claro iba a hablar también de la tipografía de las diferencias entre La Hora y la 32 sea en lo particular no me gusta mucho la tipografía de la 32 o más bien los colores no me gustan mucho prefiero los de La Hora. Igual sí se parecen, tienen muchas similitudes en cuanto a la presentación mismo de la noticia, el título, la primera, la primera página se me hace muy similar. Eso creo que hay más similitudes que diferencias entre ambos medios.

Paulo

Como habían dicho los tienen un formato similar. Eh, que uno se puede acceder de una manera más ágil y más rápida por lo que es digital. Solo eso no más.

Moderadora

Entonces pasamos a la siguiente pregunta. Para ustedes, ¿qué elementos son los que más destacan en la composición gráfica de ambos medios?

Javier

Bueno, sí, lo que destaca pues no en todas. Lo que son títulos, por lo general, no son títulos demasiado extensos, son títulos concisos en donde la llevan muchas, muchas palabras y tienen ya el enganche como para. Para que el lector pueda dar ese primer paso

al leer la noticia. Muchas noticias son manejadas también con fotografías amplias y grandes que dicen mucho ya de la noticia, lo que no dice vuelta en cambio en algunas noticias que ya pude ver es que manejan las fotografías a una columna. No sé, para mí no lo veo bien. A una columna tomando en cuenta de que está diario la hora me parece que está en seis columnas. Una columna para una fotografía es demasiado pequeña porque es un espacio en donde realmente no se aprecia la fotografía en sí.

Nathaly

Bueno, yo los elementos que más veo que destacan en ambos periódicos es el uso de los títulos, que no son ni muy extensos ni muy, por así decirlo, compactos, sino que son directo al tema, obviamente. Lo mismo ocurre con las imágenes, aunque en el periódico impreso creo que son un poco más pequeñas, como dijo, en el digital dan un poco más de extensión a eso y te dan una manera un poco más visual de entender lo que se está hablando en la noticia. Por lo tanto, esos son los elementos que yo al menos más puedo observar en ambos periódicos.

Jonathan

Sí, lo mismo. Destaco los títulos que son muy cortos, a diferencia del diario extra, que me parecían súper morbosos esos títulos. Acá se utiliza un lenguaje más a menos para el público, para el lector. Entonces creo que esa es la parte que más llama la atención, el título, creo que es lo que primero vende, aparte de las imágenes. Entonces, creo que el utilizar las palabras adecuadas, el ser corto, el ser conciso, un gran aporte de ambos medios, de ambos medios. Entonces, creo que eso, creo que es lo que primero se ve y lo que uno primero se da cuenta. Entonces, por ahí va entrando también la parte del interés del propio lector. Entonces, creo que esos elementos están muy bien manejados por ambos medios. Y bueno, creo que eso es lo que más destaco.

Paulo

La compresión gráfica es agradable por el lector. No es enganchadora. Como dijo el compañero, no se usa lenguaje vulgar para promocionar la noticia.

Byron

Los elementos que más destacan en estos ambos diarios es lo que son los títulos y las imágenes, que lo que tratan es de recabar a un cierto tipo de lectores, como es en el

espectáculo, cuando hablamos de diario la hora, nos tratan de informar más sobre noticias este, de noticias más importantes, por así decirlo, como son este, tipo política o algún incidente que haya ocurrido dentro de lo que es la provincia o a nivel nacional.

Moderadora

A ver, entonces pasamos a la siguiente pregunta, que sería, ¿qué recomendaciones daría usted para mejorar la composición gráfica de ambos medios? Y los cuales serán en Hora32 y La Hora

Nathaly

Bueno, personalmente yo me gusta la composición que tienen ambos periódicos, sin embargo, en la hora digital, creo que, si fuera un poco más, no sé, extensa en la información que dan, en el sentido de que puedan dar un poco más de información o bibliografías, por ejemplo, me parecería mejor. Lo mismo ocurre en el periódico de la hora. Si tan solo las imágenes parecen un poco más extensas o más grandes, o si la información no puede ser un poco más compacta o directamente al punto, porque a veces en la información va así por párrafos y como que cuesta leerlos, o al menos a mí me pasa, quiero encontrar así la información directa y como que son como 30 o 35 párrafos por cada información.

Javier

Bueno, acotando lo que decía Nathaly, en realidad las notas periodísticas que trabajan los periodistas en estos diarios sí son extensas, ¿no? Obviamente muchas veces es por política de cada medio, cada diario que les dicen, la cantidad de caracteres que debe tener una noticia, entonces ellos por cumplir muchas de las veces tienen que poner datos o información irrelevante y relevante. Entonces yo creo que esa práctica debería cambiar en cuestión de noticias tienen un adecuado manejo gráfico. No creo que se podría sugerir cambios, porque cada uno maneja sus colores corporativos de acuerdo a los conceptos de ellos, a su misión, visión objetivos, de acuerdo a sus gustos. Entonces, en esa parte es ya potestad de ellos cambiarlo o no, porque en realidad para mí parecer están bien, tienen una línea gráfica muy buena y por esa parte no creo que tengo alguna sugerencia.

Jonathan

Sí, hace un momento hacía yo alusión al uso de un lenguaje más a menos, ya dentro del medio digital, ya en el link. Pero al momento de presentar a la noticia en las redes sociales, no sé, se me hace un lenguaje un poco rimbombante. Y será algo que criticábamos de este medio digital y algo por lo que ya dejé de seguirle en las redes sociales. No me gustaba la manera en la que presentaban el texto ahí antes de compartirlo. Ya claro, al momento de abrir el link, sí, sí me gustaba el modo que estaba presentada la noticia, pero en las redes sociales no me gustaba ese lenguaje que utilizaban para nada. Era algo que compartíamos con algunos compañeros ahí arriba en la universidad. Eso.

Paulo

No se surgirían cambios porque el formato es... casi lo manejan todos los medios y se lo consume tanto digital como impreso.

Byron

Sí, más relacionada con lo que es el diseño gráfico y el diseño digital, sería más factible hacer uso del diseño digital por cuanto nos cuida muchos beneficios, como son que ya nos estaría consumiendo lo que es muchos árboles que son utilizados por elaboración de los periódicos de una forma gráfica.

Moderadora

Perfecto, gracias por contestar la pregunta. Entonces pasamos a la siguiente, que sería, ¿qué opina usted sobre la inclusión de videos u otros elementos multimedia en la versión digital del diario? ¿Creen que son una mejora o alguna distracción para el lector?

Javier

No, yo creo que son una herramienta complementaria también a la noticia. Mucha de las veces tiene más poder comunicacional un video que una noticia redactada. Pero obviamente con este cambio de matrices o a lo digital, pues también han tenido que adaptarse. Por ejemplo, cuando hay algún suceso, las transmisiones en vivo van acompañadas, pues obviamente de un video y que llega más al lector o a los que están visualizando la noticia porque se está dando en ese momento. Entonces, yo creo que es un aporte muy importante ahora para quienes siguen estos medios de comunicación.

Jonathan

Claro, yo pensaría que depende, creo que también ha utilizado de una forma como para llegar de una forma más fácil al lector, en este caso, claro, como un formato audiovisual. Pero yo así no sé si se utiliza un video adecuado que esté relacionado con la propia noticia, entonces no nos serviría de nada. Entonces depende mucho del saber utilizar este recurso. Creo que no iría bien con todas las noticias. Creo que el morbo vende muchísimo y utilizar un video que sea súper violento y ahora con el acceso a información que tienen también los niños en escuelas. Entonces sería como que tener algo de precaución también desde ese punto. Entonces claro, hay un pro y un contra en el uso de los videos.

Nathaly

Bueno, yo creo, considero que el uso de audio de, bueno, medios audiovisuales para explicar una noticia puede ser un arma de doble filo, puesto que, por un lado, si es bien utilizada, puede, no lo sé, ayudar a muchas personas a entender un tema o una noticia. Pero si, digamos, usan un video así cualquiera, sin ningún tipo de contexto o sin ningún tipo de referencia respecto al tema, hace que las personas se desinformen bastante referente a esto. Entonces, yo creo que dependería mucho del uso de este para dar a conocer mejor la información.

Paulo

Tiene su pro y su contra porque también recordemos que existen fake news con estas, con imágenes que se comparten en las redes sociales. A favor está que también con un video se ve un poco más... o sea, vamos a crear nuestro propio criterio y lo vamos a ver de diferente forma, de una forma más real, pero en otros ámbitos, no por los de las fake news. Y casi es difícil saber si es fake news. Por ejemplo, en las imágenes, o es una verdadera noticia.

Byron

Yo considero que es un buen aporte el uso de imágenes en los diarios desde ahora. Si es utilizada de una buena manera sería un gran beneficio porque nos permite llegar de manera directa y contrastar verídicamente que es lo que en realidad está sucediendo. Siempre que esos videos tengan lo que es que se llama como lo son las fuentes de

información que haya sido comprobada y que no se trate de manipular o tratar de engañar a la gente.

Moderadora

Entonces pasamos a la siguiente pregunta, que bueno, como en como hace un momento les mostraba los logotipos de cada uno de los diarios entonces qué opinas sobre el diseño del logotipo de cada medio, ¿cree que es efectivo para representar la marca?

Javier

Bueno, a mi parecer, en general, de hora 32, bueno, obedece ahí a un icono en donde representa la comunicación, ¿no? Su nombre, en este caso, y lo que no lo veo bien es que está acompañado de su pequeño, una pequeña observación en esa parte de ahí, como lo dije anteriormente, los colores obedecen a ya pues a gustos y también a, en este caso, obedecería también a psicología del color, aparte de los gustos que obviamente sus creadores y sus dueños pues de la empresa hayan tenido en cuenta un logo de diario La Hora, un logo, bueno, todos los para no meternos en si es logotipo, imagotipo, isotipo, hablemos de un logotipo en general. Es sencillo, lo han venido usando un nuevo tipo que utiliza simplemente letras y que pues a mi parecer debería tener ya una nueva versión más actual pero no perdiendo la esencia que es La Hora.

Byron

No, solamente para indicar, nada más lo que nos da informar es la marca representativa, nada más. Como decir, los lectores, los ciudadanos ya saben, dicen cuál es este tipo de periódico, qué información vamos a encontrar aquí y decir si es una información seria en lo que hacen y más bien lo que van a encontrar en dicho periódico. Eso no es.

Nathaly

Yo creo que el logotipo de La Hora, como es algo tradicional que ya hemos conocido desde hace mucho tiempo, entonces es mucho más fácil reconocerlo porque dicen cuál es el mejor periódico o dónde puede encontrar información de manera inmediata y tú dices el día de la hora, entonces ya es mucho más fácil reconocerlo. En cambio, en la hora 32, ya sea por el uso de sus colores o por el uso de su eslogan, que es

un poco más chiquita, ¿verdad? Yo creo que vendría siendo un poco menos, no lo sé, atractivo a la vista, a diferencia del tradicional que ya hemos visto.

Paulo

Pues sí, acá en el medio de precio de la obra es más fácil acceder a la información de manera física, mientras que en el medio digital no, por ejemplo, a personas adultas no, les va a ser un poco difícil por lo pequeño que son.

Jonathan

Me gustaría opinar. Sí, como ya lo mencionaba, creo que estamos muy familiarizados con el logotipo de la obra, con sus colores. Entonces, creo que tal vez por lo... por esta relación que tenemos con este medio impreso, entonces creo que se nos hace un poco más llamativo a la vista. Y lo que no me gusta del logotipo de Hora 32, bueno es que dice ahí estamos contigo Loja, o sea no sé, se me hace un poco chauvinista de parte del periódico, considerando que también ya tiene muchísimos seguidores en redes sociales y no todos necesariamente van a ser lojanos, entonces por ahí también, bueno y aparte que está bien pequeño esa frase, ese slogan, entonces eso, o sea me quedo más con el tradicional, con el de La Hora.

Moderadora

Pues, como ya que estamos frescos y volvimos a ver las versiones de cada medio, ¿considera que los colores utilizados en cada medio son adecuados para su público objetivo? O ¿por qué? O se les hace que representan bien a su medio.

Jonathan

Bueno, yo ya lo había dicho eso respecto de los colores que me gusta más el color tradicional, el del ahora, el celeste. Entonces el otro color del ahora quizás también le da un aspecto un poco más jovial, pero sí creo que prefiero también el tradicional en esta parte. No sé, se me hace un poco más sencillo, visualmente atractivo. Y claro, aquí como decía el compañero Javier, es ya cuestión de gustos por mi parte sí, me gusta más la parte, el color tradicional que utiliza el diario a la hora.

Nathaly

Bueno, el día y la hora, la verdad, me parece el color que es un poco más atractivo que en la hora 32, puesto que, como ya estoy acostumbrada bastante a ver este, el eslogan representativo, como que el color es mucho más llamativo y más, no lo sé, representativo, representativo a la marca, mientras que Hora32, si bien tiene un color jovial, tiene una marca y una manera de representarse de manera actual, no es algo que yo, digamos, considere ver todos los días. Por otra parte, en el día de La Hora sí, por lo que me es mucho más familiar, al igual que esos colores.

Byron

Yo considero que acerca del color en este caso me oriento más por lo que es el del diario de la hora, es mayor llamativo y es como decir, tiene un mejor diseño gráfico, o sea, está mejor plasmado y tiene una mayor llamatividad, eso.

Paulo

Pues Hora32 tiene diversos colores utilizados en los párrafos, pero considero que es una contaminación poco visual porque hay, por ejemplo, párrafos plasmados en colores que no son apropiados, acá en diario de la obra, sí, es un poco más visual.

Moderadora

Bueno, pasemos a la siguiente pregunta. En el caso, a ver, en primer lugar, decirles significado de cabezote. Ya vieron que, como les mencioné, es la parte superior de lo que es la portada, donde encontramos el título, los colores representativos y bueno. Entonces, ¿cree que el cabezote de cada medio es efectivo para llamar la atención de la lectora?

Byron

Sí, ya lo había mencionado anteriormente que la parte superior y arriba del periódico tiene una mayor llamatividad. Me inclinaba más por lo que era por el diario La Hora. Tiene mayor representación y es más conocido precisamente por ese tipo de del cabezote que nos decía. Es mayormente conocido por eso el diario.

Jonathan

Y claro, igual aquí también me gusta mucho más el diseño del cabezote del diario de La Hora. El matrimonio de la empresa, bueno, ahí tenemos algunos elementos, el sol.

Ahí también aparece la plaza de la independencia. Entonces creo que son algunos elementos muy representativos de la ciudad. En el caso de Hora32, no sé, se me hace un poco sencillo el cabezote. Hay los colores que, como decía hace un momento, no comparto mucho el eslogan, pero creo que me quedo más igual por, o sea, opta por el tradicional. Creo que es mucho más llamativo el utilizar también este tipo de elementos, como lo digo, es como un poco innovador a la vista del lector. Entonces creo que sí, eso es mi respuesta.

Nathaly

No, preferiría realmente el del diario La Hora, ya que usa colores que son representativos, además de las vigorillas que también pone, que son de la ciudad. Entonces, en cuestión de encabezados o cabezotes, uso más el de hubiera La Hora.

Paulo

Pues sí, en día de La Hora, llama más la atención por los diferentes lugares que existe aquí en la ciudad y están plasmados ahí. Entonces se representa más como medio local, que es de la ciudad.

Moderadora

Entonces, pasemos a la siguiente pregunta, que sería, ¿qué elementos gráficos le parecen más destacados en el caso de las portadas? La acerca, en este caso, de toda la primera página de cada medio. ¿Qué es lo que para ustedes destaca más?

Nathaly

Preferentemente el título, porque tiene algo que es mucho más llamativo que en cualquier otro diario. Tú ves la portada del diario de la obra y te llama mucho más la atención. No sé, tal vez será por la tipografía, por los colores, pero creo que es lo más llamativo que yo encuentro, la manera en la que representa el título.

Byron

Más me inclino en esta parte es por las imágenes, por las imágenes como decir, tú ves una imagen y ya más o menos te llama la atención, es como decir, esta noticia va a estar interesante, te está mostrando algo que puedes ver y ya, como que tu subconsciente ya te dice, tienes que revisar esto cuando ves una imagen.

Jonathan

Creo que la distribución de las noticias en la primera página creo que son muy similares entre ambos medios. Lo que también destaco sí son los títulos, títulos cortos que llaman la atención, acompañados de la imagen, que se tiene que relacionar sí o sí con la noticia presentada. Entonces creo que en esta parte ambos medios creo que cumplen con esta labor a la perfección y están como les digo, están muy similares. A diferencia bueno que de la hora 32 que utiliza imágenes un poco más grandes, pero de ahí se me hace muy similar hasta la parte del color de las noticias, hasta utilizan blanco y amarillo. Sí, eso, está muy similar, es la primera página.

Moderadora

Entonces, pasamos a otra pregunta, ¿considera que el diseño gráfico de la versión digital es igual de importante que el de la versión impresa?

Javier

Bueno, en realidad, como lo dije anteriormente, para mí la versión impresa está, está de más. A no decirte que ellos la utilicen, pues obviamente para poner la publicidad, pero la deberían utilizar de diferente manera, porque si yo estoy leyendo en las redes sociales la noticia, me gusta querer, este, ampliar más datos, me voy al link que ponen ahí. Pero no necesariamente me redirigen a la versión impresa, sino me dirigen a la web. Entonces, ahí está toda la noticia ya específica y no tengo necesidad de ir a la versión impresa. Salvo que, como se lo puede compartir en grupos de WhatsApp, pero realmente el formato a mí es lo que no me gusta porque obviamente los smartphones son pequeños, hay que ampliar haciéndoles un con los dedos y eso es lo que no me gusta a mí estar leyendo así. Más que todo por lo que no es un formato adecuado para leerlo porque tiene distractores a este cómo son las imágenes y no está acorde como estar leyendo un libro digital. Eso sería.

Nathaly

Yo creo que es igual importante, pues porque es la representación en sí del periódico, por lo tanto, lleva cierta importancia en lo que tiene que ser el nivel visual de las personas.

Byron

Yo considero que la parte digital es de mayor importancia, porque se puede encontrar más información que no ocurriría en la versión impresa, porque en la versión impresa lo que se tiene es un límite de caracteres, como lo mencionaba el compañero, que no abarcarían, cuando se quiera profundizar acerca de una noticia, no abarcaría toda la información que se requiera.

Jonathan

Bueno, creo que en ambos medios es igual de importante en esta parte del diseño gráfico, como la ley de diferencia que en la parte de la versión digital tienes, como que mayor, mayor oportunidad es de utilizar los recursos. Entonces, creo que, en el diseño, en la parte digital es como que le llevan una ventaja al tener, al ser el digital pues ya le da cierta ventaja en esta parte del diseño. No sé, se podría utilizar muchos más elementos, más recursos mismo. Entonces creo que algo que el soporte impreso no te lo permite hacer. Entonces por ahí creo que la obra 32 tiene una pequeña ventaja.

Moderadora

Sí. Y entonces pasamos a la siguiente pregunta, que sería, ¿cree que el uso del espacio en blanco es efectivo en ambos medios? ¿Y por qué? Tomando en cuenta que los espacios en blanco deben hacer más fácil la comprensión y lectura de las páginas, el espacio entre el texto es importante porque ayuda a definir el contenido de la página en sí. Entonces repito la pregunta, ¿cree que el uso del espacio en blanco es efectivo en ambos medios?

Byron

En la versión impresa es más importante hacer uso de lo que es el espacio poniendo lo que es información o lo que es ya los párrafos sería más importante porque abarcaría más información y la versión digital ahí podría superar es lo que es de una forma lo que es margen eso y la información conjuntamente

Jonathan

Si, a ver, bueno, yo no comparto mucho estos espacios entre columnas. No me gusta estar bajando y después otra vez volviendo porque ya uno ya se le hace el zoom nuevo, te toca regresar otra vez y mucho más. Es que hay más columnas, es decir, unas 4 o 5 columnas por noticia. Se me hace muy incómodo. Claro, algo con el soporte impreso

no ocurre, por eso lo es la mirada y ya. Pero claro, en el caso de los medios digitales, esos espacios en blancos. Sí cumplen la misma función creo que en ambos formatos, pero claro, también está esta cuestión de la pausa. Es muy, muy importante. Entonces, ahora que sabe lo utilizar y como les digo en la parte digital, no, no me gusta el uso de espacios entre columnas, más bien preferiría que sea el texto de corrido sin columnas. Creo que estaba revisando ahorita Hora32 tiene claro, en el soporte donde uno ingresa la noticia, claro todo está de corrido y solo con espacios entre párrafos, algo que no está en la versión en PDF, ¿no? donde ya se utilizan las columnas. Eso.

Nathaly

Yo creo que los blancos de los espacios están bien hechos, ya que permite que la información vaya pasando poco a poco a través de la mente de la persona o a través de lo que quiere buscar. Entonces, no va tan de corrido, sino que permite que la persona pueda ir observando la información y abstrayendo a las partes más importantes de esta.

Javier

Bueno, en realidad, como ya lo había dicho Jonathan, estos espacios blancos pues también es un poco para respirar, ¿no? La nota no sea cansada en este caso porque por lo general las notas son extensas, entonces... pero sí estoy de acuerdo yo que existan estos espacios en blanco, tanto también por la parte del diseño en el impreso. Estos espacios en blanco se ven bien, se ven agradables porque muchas las veces el lector no quiere leer noticias muy extensas y esto le da un respiro y una apariencia que no es como que la nota es un poco menos extensa que las otras que no tienen espacios en blanco.

Moderadora

Otra pregunta más. ¿Cree que el exceso de publicidad en los medios de comunicación distrae de alguna manera a la lectora? En el caso del diario digital y tanto el digital como el impreso.

Javier

Yo creo que es parte de ya hemos estado atrevidos a que exista espacio publicitario y de hecho pues muchas de las veces dependerán la publicidad que está en cada espacio para atraer al consumidor porque ese es el objetivo de una publicidad, atraer al consumidor, hacerlo que compre ese producto pues y de hecho también esto le sirve al

medio como sustento económico, de ahí sobreviven para sueldos y ahí sacan los recursos para gastos que vienen dentro de esa empresa.

Byron

Considero que el uso de publicidad es excesivo, más en lo que es arte digital. Vas a buscar en el diario, hay los links de información, a veces te salen, ya cuando abres los links te salen publicidades que abusan y no te deja ver bien la información, en la parte impresa y no existe la publicidad, no es extraer, quieres informarte.

Jonathan

Bueno, dependiendo del tipo de publicidad, no puede ser una publicidad que sí te interese. Y de haber tipos de publicidades que nada nada que ver. Recuerdo que en el diario extra ocurría esto, que estabas bien ley en las últimas páginas, salía en publicidad, te amarras y era como que chutar. Como es claro, del tipo de publicidad, algunas te pueden gustar otras te pueden hasta terminar ofuscando. Yo mismo recuerdo el sudamericano tiene esta campaña de publicidad en digitales bastante fuerte y en el final como que terminan distrayendo. Claro que se entienden por parte del diario que tiene que aceptar este tipo de publicidad porque de allí comen. Entonces yo recuerdo que también revisaba estos periódicos de antes, el heraldo del sur, algunos periódicos que estaban en la hemeroteca del archivo histórico de Loja, periódicos súper más grandes, casi como el universo. No hay una paga de publicidad tipo de periódicos. Es algo sumamente excesivo y molesto para el lector. Pero claro, digo, cumplen una función de vender algún tipo de producto, algún servicio y se entiende desde ahí. Pero sí, bueno, yo como lector, pues sí se me hacía a veces un poco molesto encontrar este tipo de publicidad que nada nada que ver con lo que estaba ofreciendo el propio diario. Entonces eso.

Nathaly

Esto resulta más distrayente en el uso del periódico digital, puesto de que, digamos, tú estás leyendo el periódico de manera tranquila y ¡pam! te salta, es ¡pam! y te salta una publicidad que nada que ver con el tema. Entonces, sí es como un poco demonios que pasó aquí. Pero en lo que tiene que ver, en cambio, en el periódico impreso, es un poco de publicidad que bien te puede servir o bien te puede, no lo sé e ir como si fuera irrelevante. Entonces, creo que es más distractora en el ámbito digital.

Moderadora

¿Qué le parece la presentación del contenido noticioso en ambos medios? ¿Le resulta fácil o difícil encontrar la noticia que es de su interés?

Jonathan

No creo que aquí también tiene una ventaja la del medio digital no elige la noticia que quiere que quiere ver no a diferencia de del medio impreso que bueno no tenía como que un índice no te parecía todo todas las noticias en la primera portada y acá en cambio estás claro sólo abres la primera página ya seleccionas la noticia que quieres ver creo que por esa parte si en el medio digital tiene una pequeña ventaja tampoco es que te quite muchísimo tiempo buscar la información que quieras en el medio impreso. Creo que eso sería más fácil. Perfecto. En el caso de Natalie. Me resulta más didáctico encontrar una noticia en el medio digital de manera completa o didacta. En cambio, en el medio impreso creo que es un poco más... No es como que lleve mucho tiempo, sino que tienes que pasar a menos de dos o tres hojas para poder encontrar la información que tú quieres y las palabras claves y todo eso. Entonces, creo que el medio digital sí gana bastante con eso. Ok. En el caso de Javier, ¿alguna opinión? Bueno, creo que ambos tienen sus ventajas. Yo creo que la tecnología ha ayudado bastante igual ahora al buscar en un pdf también se lo puede hacer este mediante el título o algunas palabras claves como lo dijeron entonces yo creo que cualquiera de las dos maneras suple lo que uno está buscando y no creo que haya mayor diferencia en búsqueda entre las dos maneras.

Byron

La información que estamos buscando es en la forma digital. Por ejemplo, si agarramos un poco, en el encabezado en la parte de la portada dice el número de páginas donde se encuentra la noticia, pero tenemos que dar el busca, busca la página, en cambio cuando vamos a la información en la digital, la ponemos en el buscador donde se encuentra, buscamos y ya se nos arroja directamente en donde se encuentra una forma más didáctica y más rápida de encontrar la noticia.

Moderadora

Perfecto. Entonces, ya para finalizar esto, después de todo lo discutido, usted con qué versión se queda, ¿con la impresa o la digital?

Javier

Bueno, definitivamente me quedo con la digital que se encuentra en la web directamente y no la versión impresa subida como PDF.

Jonathan

Creo que ya en estos últimos años creo que todos ya nos hemos acostumbrado a la parte digital. Entonces, claro, quizás por una imposición también de la globalización, es que uno le hace elegir mismo por la facilidad, por la comodidad, el medio digital. Claro que uno también como se crió con el medio impreso, leyendo los periódicos impresos. Entonces, como que tiene como que cierto, como que cierta nostalgia de ver que todo el mundo y ahora consumen la parte digital, los medios digitales. Y sabemos que tarde o temprano se van a dejar de imprimir los últimos ejemplares impresos y todo va a estar más como 10 para donde apunta la propia tecnología, no la propia digitalización. Entonces, claro, igual que todos prefiero la parte digital. Bueno, no sé si aquí el que preferirá el medio impreso.

Nathaly

Creo que sería más por facilidad, que escogería el medio digital, obviamente, por el hecho de que tienes la información a mano y no necesariamente tienes que buscarla, obviamente. Entonces, por mayor facilidad, escogería el medio digital.

Byron

Sí, también me inclino por la parte digital. Yo creo que por ser más didáctica y es más fácil de encontrar una noticia y, así mismo, busca lo que es tener una mayor conservación de lo que es el ambiente, ya que ya no sería justo, como dije anteriormente, de talar árboles para lo que es la impresión de los periodos.

Moderadora

Perfecto, entonces esas serían todas las preguntas para esta reunión. Gracias por participar para colaborar con mi tema de tesis titulado La composición gráfica de la versión impresa de Diario La Lora Loja y digital de Hora32. Ha sido un gusto poder discutir con ustedes y pues bueno, les deseo un buen resto de la tarde. Muchas gracias la participación.

Anexo 4. Imágenes de diario La Hora Loja



Ciudadanos buscan un Presidente joven que solucione problemas de inseguridad y pobreza

Debe tener experiencia en la administración pública. No debe contar con un pasado en la política, es el pedido de los lojanos.

El día 23 de agosto se elegirá al nuevo Presidente de la República, quien deberá cumplir con una serie de exigencias ciudadanas para liderar al país.

Entre estas demandas se encuentran el liderazgo nacional, experiencia en la administración pública, conocimiento en economía y finanzas, representatividad y la ausencia de un pasado político. Esta elección se llevará a cabo debido a la declaración de la muerte cruzada, que marca el fin del mandato de Guillermo Lasso.

Exigencias

Daniela Cruz, una ciudadana preocupada por la situación política del país, enfatizó la importancia de tomar decisiones informadas al elegir al próximo Mandatario. Según ella, es fundamental dejar de lado las consideraciones personales y ambiciones individuales, y optar por un candidato

PARA RECORDAR

El nuevo líder asumirá funciones en noviembre de 2023 y estará en el cargo solo hasta mayo de 2025.

joven y con experiencia en el ámbito público. Además, resaltó la necesidad de que este líder no tenga un pasado político y demuestre un genuino interés por abordar los problemas de inseguridad, pobreza

y desempleo.

Mientras que Carlos Ramón, ciudadano de la provincia, expresó que es momento del cambio, los electores no deben votar por los mismos del "correísmo", "socialerlistianos", "lassistas", al igual que otros que están de partido en partido con tal de llegar al poder. "Esos que buscan llegar a la presidencia como sea, no serán buenos presidentes sino recuerden lo ocurrido con Moreno y Lasso. Es momento de tener a alguien de izquierda, que piense en la gente pobre, y en la reactivación económica con políticas para los menos desfavorecidos", reveló.

Analista

Para el analista político, Carlos Granda, el panorama de las nuevas elecciones es bueno, porque existe diversidad en los diferentes candidatos que buscan llegar a la presi-

dencia. Hay gente joven, mujeres, hombres preparados, y más, es decir en teoría hay de donde elegir. La centro-derecha tiene más fragmentación, hay diversidad de posiciones, pero el panorama está marcado para dos de los candidatos que siempre han tenido buena votación.

Según Granda, el Mandatario, cualquiera que gane, tendrá un período demasiado corto (1 año y cinco meses), que no le permitirá solucionar los grandes problemas de fondo, pero sí podrá delinear un campo de acción y tomar medidas que contrarresten el tema de inseguridad y la falta de empleo en el país. Hay ocho opciones que tendrán los ecuatorianos, algunos bastante jóvenes con ideas y propuestas viables, pero la falta de hacerse conocer, les pasará factura y al final el electo será de cierto movimiento que ha estado trabajando desde algu-



ELECCIONES. Ciudadanos buscan el mejor perfil para elegir al Presidente de la República.

nos meses para ganar las elecciones, explicó.

Perfil

"El Presidente debe tener un perfil de: rostro joven, personas que conozcan lo público, porque está comprobado que manejar lo privado no tiene nada que ver con lo público, y que cuente con aptitudes para priorizar los recursos para solucionar los problemas de fondo. Necesitamos un estadista y administrador que cuente con conocimiento alto en economía, inversión y planificación", finalizó.

Lasso no designa directores en Loja, hay retraso de procesos y falta de atención

Varias instituciones del Gobierno en Loja sin autoridades titulares. Hay reclamos de la ciudadanía quienes piden mejores servicios.

El gobierno de Guillermo Lasso ha sido cuestionado a lo largo de los primeros dos años de actividades, por no contar con gente de confianza para que ocupen las diferentes direcciones de las instituciones del sector público. En algunas entidades continúan al mando de la gestión, personas de la administración de Lenin Moreno y en otras no hay titulares desde hace algunos meses.

Disensiones
En el Ministerio de Transporte y Obras Públicas (MTO), no había autoridades electas por algunos meses,

mas, y recientemente Lenin Ortega Castro fue designado como Subsecretario Zonal 7 del MTO, y Cosme Guerrero Riofrío, como director Distrital de esta cartera de Estado. En esta institución varios funcionarios han pasado por esos cargos a lo largo de los últimos dos años, debido al constante cambio de Ministros a nivel nacional.

En cambio, en el Ministerio de Salud Pública (MSP), desde el 22 de abril de este año, no cuentan con Coordinador(a) Zonal 7 titular, tras la salida de Isabel Cueva, únicamente le encargaron funciones a Gina Cueva, y no ha sido reemplazada. Igual ocurre en el Hospital Regional Isidro Ayora de Loja, donde luego de la renuncia de Oswaldo Aguirre,

el pasado 22 de abril, no hay titular, la institución encargó funciones a Johanna Paulina Fernández, como la nueva Gerente encargada de esta casa de salud.

IESS

La situación más crítica se torna en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), donde Igor Vivanco Müller fue separado de la institución el 18 de abril de 2023, y hasta la fecha no ha sido reemplazado, tampoco existe una persona encargada que cumpla sus funciones, por lo tanto la institución está en acefalía. El funcionario ingresó en octubre de 2022, sin embargo, a los cerca de seis meses fue apartado de la entidad. Esta institución también ha sido inasistible, antes estuvo Marcelo Mogrovejo, quien luego de algunos meses en funciones salió de manera definitiva

de la administración.

En esta institución hay una serie de inconformidades de los usuarios, debido a que ciertos trámites se han visto estancados por la falta del titular. "Yo tenía que solicitar un trámite de un crédito quirografario, pero no han dado paso, porque no hay una autoridad que faculte y autorice la viabilidad, según me han manifestado los funcionarios", señaló Yolanda Torres, pensionista del IESS. También hay trámites por concepto de jubilación que están pendientes desde hace algunos meses, pero no existe respuesta.

Salud

Las prestaciones del servicio de salud en el IESS también se han visto afectadas, según algunos usuarios, debido a que no existen medicamentos y los turnos para ciru-



GOBIERNO. Instituciones sin titulares por meses en Loja.

gías siguen demorados por algunos meses. "Yo quería solicitar un examen pero me dicen que siguen sin tomógrafo y que me van a referir a otra casa de salud, pero no saben qué fecha, y que tengo que esperar o si deseo de urgencia que vaya a las clínicas. Cada vez la situación es más deplorable, queremos un buen presidente que llegue a solucionar los problemas", reveló.

Fiscalizar el desarrollo del cantón Loja

¿Cuántos millones de dólares han existido para el desarrollo del cantón? pregunta sin respuesta del Municipio hasta el día de hoy. La interrogante surge en la base del cálculo a simple vista de retraso de décadas de décadas con relación a otros cantones del Ecuador.

El punto de partida para evaluar el desarrollo del cantón Loja y los millones de dólares, sería el retorno a la democracia del Ecuador, punto de inflexión sobre el verdadero liderazgo de los gobernantes cantonales para ubicarla en el sitio de las 10 ciudades más prósperas y sostenibles del Ecuador y Sur América.

Desde finales de la década de los 70 e inicios de los 80, han transcurrido 55 años de gobernabilidad. Durante este tiempo, otros pueblos han lo-

grado consolidar su presencia en escenarios regionales y mundiales como actores relevantes en la geopolítica económica, social y democrática. Estadísticamente, Loja ha mantenido una continuidad en el cambio y reelección de funcionarios en el poder ejecutivo local.

Para el año 2023, el concejo municipal ha expresado el compromiso de llevar a cabo una fiscalización exhaustiva del desarrollo del cantón. Este proceso incluirá un aná-

lisis detallado de las finanzas municipales, tanto en términos de ingresos y egresos de los fondos provenientes de los contribuyentes como de los recursos otorgados por el Estado. El objetivo principal es garantizar la transparencia y el adecuado uso de estos recursos para implementar políticas de desarrollo y fortalecer la gobernabilidad local.

Alcaldías de Loja desde la restauración democrática del Ecuador

Desde 1978 hasta la actualidad, el Municipio ha gestionado cifras económicas significativas en sus presupuestos anuales. Cada año, el Estado asigna más de 30 millones de dólares como parte de la distribución y derechos correspondientes, los cuales se integran a las finanzas municipales. Estos recursos

económicos juegan un papel fundamental en el desarrollo y funcionamiento de la ciudad.

Por otro lado, tiene ingresos propios, los cuales se estima que han oscilado entre los 30 y 40 millones de dólares en los últimos 20 años. Sumando esta cantidad a los 30 millones provenientes del

Estado, se puede elaborar una proforma presupuestaria anual de aproximadamente 70 y 80 millones. Estos recursos constituyen una parte significativa de los fondos disponibles para llevar a cabo proyectos y programas en beneficio de la comunidad.

Alcaldes 1978 - 2023

FECHA	ALCALDE
15-09-78	Dr. Eloy Torres Guzmán
29-07-83	Sr. Vicente Palacios Burmeo
01-11-1983	Lic. Luis Arturo Burmeo
15-04-1984	Dr. Bolívar Guerrero Armijos
30-04-1988	Dr. José Bolívar Castillo Vivanco
10-08-1992	Dr. Jorge Fernando Reyes Jaramillo
1996-2000	Dr. José Bolívar Castillo Vivanco
2000-2004	Dr. José Bolívar Castillo Vivanco
2005-2009	Ing. Jorge Ballón Abad
2009-2014	Ing. Jorge Ballón Abad
2014-2018	Dr. José Bolívar Castillo Vivanco
Alcaldesa Interina	Lic. Piedad Pineda Azañillo
2018-2023	Ing. Jorge Ballón Abad
Alcaldesa Interina	Lic. Patricia Picoña Azañillo
2023-2027	Lic. Franco Quezada Montieloso

Continúa en la pág. 08

SINDICATO DE CHOFERES PROFESIONALES DE ZAMORA CHINCHIPE

Invita a los socios y familiares ciudadanía general, a celebrar el Día Clásico del Chofer ecuatoriano, este 23, 24, junio 2023.

Evento se llevará a cabo en las instalaciones nuestro gremio sindical ubicado en las calles: Jorge Mosquera y Francisco de Orellana. Teléfono 072606200

Tnlg. Luis Mauricio Rivera Torres
Secretario general

La Hora
Digital a tu alcance

Recibe tu diario por whatsapp

Regístrate sin costo
0985818432

Haz que todos **CONOZCAN** tu negocio

EDICIÓN IMPRESA
TODOS LOS VIERNES

Publicite con nosotros
0985818432
0990793129

Loja llena de necesidades en 2023

La Hora

LO QUE NECESITAS SABER

75c net. A3

VIERNES 23 DE JUNIO DE 2023

Loja - Zamora

24 PÁGINAS



El arte de lo cotidiano

Páginas 9

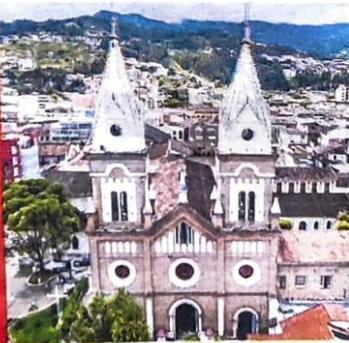


Enfado por sorpresiva salida de Salesianas

Página 6

Supervisar el progreso del cantón, una tarea fallida

Página 7



Lojana triunfa en el pasillo ecuatoriano

Página 10



Anexo 5. Imágenes de Hora32



Teresa del Cisne Ochoa Ochoa, responsable del Departamento de Educación y Responsabilidad Vial de Rodar.

La Academia de Conducción Rodar, de la ciudad de Loja, a través del Departamento de Educación y Seguridad Vial, alista la decimoquinta edición de su campamento vacacional 2024, denominada esta vez la ruta de las cascadas existentes en la hoya lojana.

El evento está orientado a niños comprendidos entre seis y 12 años. El horario de trabajo es de 08:00 a 12:30, de lunes a viernes, y arranca el próximo 1 y culmina el 26 de julio de 2024. Habrá actividades recreativas, caminatas, talleres, educación vial, mini chef y pintura.

Aprendizaje y recreación

El campamento es parte del programa Aprendamos a transitar seguros con 'Rodarito'. La responsable del Departamento de Educación y Seguridad Vial, Teresa del Cisne Ochoa Ochoa, explica que el objetivo es brindar a los participantes un espacio de aprendizaje y recreación.

La finalidad del campamento es también mostrar a los niños las fortalezas turísticas que tiene la ciudad de Loja y de allí que a la temática de este 2024 se la denominó La ruta de las cascadas que podrán acceder los chicos que se inscriban en el evento de julio próximo.

Se tiene previsto ir a las cascadas más emblemáticas de la urbe que han sido difundidas por las redes sociales y que los niños no han tenido la oportunidad de visitarlas, sea por los estudios o porque sus padres estuvieron ocupados en los trabajos.

Las cascadas

En el cronograma han sido incluídas cuatro cascadas: Zalapa, al norte de Loja; Jipiro Alto, al oriente; La Caprichosa, en Zamora Huayco, al suroriente, y El Capullí, al sur.

Sobre el número de participantes, Teresa Ochoa informa que en 2023 contaron con 31 niños y esperan que para del presente año se cuente con esa misma cantidad. "Esperamos que los padres de familia inscriban a sus hijos porque les ofrecemos unas vacaciones diferentes: remplazando el celular y los juegos electrónicos por el contacto directo con



Sucesos



Anexo 6. Material: entrevistas y grupo focal

<https://drive.google.com/drive/folders/1zkktuKIMXojv4klnpLUFpnI7TTOemqnk?usp=sharing>

Anexo 7. Certificación de traducción del Abstract

Loja, 11 de junio de 2024

CERTIFICACIÓN DE TRADUCCIÓN

Doctora.
Erika Lucía González Carrión, Ph.D.
Docente de la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja

CERTIFICO:

En mi calidad de traductora del idioma Inglés, con capacidades que pueden ser probadas a través de las traducciones realizadas para revistas de alto impacto como: Comunicar(Q1): <https://bit.ly/3v0JggL> así como a través de la Certificación de conocimiento del Inglés, nivel B2, que la traducción del Resumen (Abstract) del Trabajo de Titulación denominado: **Análisis de la composición gráfica de las ediciones, impresa de diario La Hora-Loja y digital de Hora32, periodo enero a abril 2023**, de autoría de la estudiante: **Alisson Lilibeth Collaguazo Jaen** con CI: **0706443934**, es correcta y completa, según las normas internacionales de traducción de textos.

Es cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando a la interesada, **Alisson Lilibeth Collaguazo Jaen**, hacer uso legal del presente, según estime conveniente.

Atentamente,



Dra. Erika González Carrión. PhD.
Docente de la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación
Universidad Nacional de Loja