



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMUNICACIÓN

Análisis de los contenidos publicados en las portadas de las plataformas
digitales diario Extra durante el periodo, octubre 2019 – marzo 2020

Trabajo de titulación para optar al título de Licenciada en
Comunicación

Autora:

Guaman Naula, Johanna Paola

Tutor:

Msg. Raúl Edison Lomas Badillo

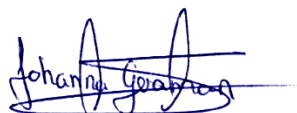
Riobamba, Ecuador. 2026

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Johanna Paola Guaman Naula , con cédula de ciudadanía 1850458025 , autor del trabajo de investigación titulado: **“ANÁLISIS DE LOS CONTENIDOS PUBLICADOS EN LAS PORTADAS DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES DIARIO EXTRA DURANTE EL PERIODO, OCTUBRE 2019 – MARZO 2020”**, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mi exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, junio de 2026



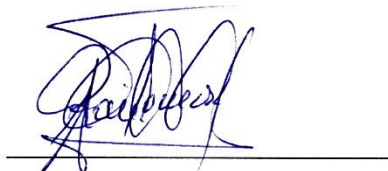
Johanna Paola Guaman Naula

C.I: 1850458025

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Raúl Edison Lomas Badillo, catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: **“ANÁLISIS DE LOS CONTENIDOS PUBLICADOS EN LAS PORTADAS DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES DIARIO EXTRA DURANTE EL PERIODO, OCTUBRE 2019 – MARZO 2020”**, bajo la autoría de Johanna Paola Guaman Naula; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 26 del mes de junio de 2026



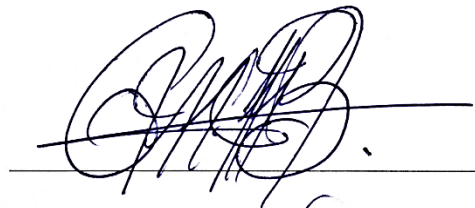
Ms. RAÚL EDISON LOMAS BADILLO

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación: Ética periodística en la cobertura del manejo de desechos sólidos en la ciudad de Riobamba **“ANÁLISIS DE LOS CONTENIDOS PUBLICADOS EN LAS PORTADAS DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES DIARIO EXTRA DURANTE EL PERIODO, OCTUBRE 2019 – MARZO 2020”**, presentado por Johanna Paola Guaman Naula, con cédula de identidad número 1850458025, bajo la tutoría de MS. Raúl Lomas Badillo; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 30/06/2026

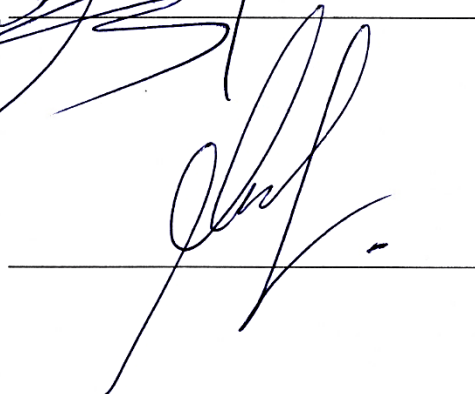
MGS. CHRISTIAN MIRANDA.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Ms. RAMIRO RUALES
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Ms. GALO VASCONEZ
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO





CERTIFICACIÓN

Que, **Johanna Paola Guaman Naula** con CC: **1850458025**, estudiante de la Carrera **de Comunicación**, Facultad de **Ciencias Políticas y Administrativas**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado: **"ANÁLISIS DE LOS CONTENIDOS PUBLICADOS EN LAS PORTADAS DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES DIARIO EXTRA DURANTE EL PERIODO, OCTUBRE 2019 – MARZO 2020"**, cumple con el 7%, de similitud, y 1 % de IA, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **Compilatio**, porcentajes aceptados de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 24 de Junio de 2026



Validar únicamente en FirmaTC.
Firmado electrónicamente por:
**RAUL EDISON LOMAS
BADILLO**

Mgs. Raul Lomas Badillo
TUTOR

DEDICATORIA

Quiero dedicar esta meta que estoy por cumplir a Dios y a mi madre Mercedes Naula y a mi padre Luis Guaman, por que han sido mis pilares fundamentales y mi apoyo moral, así como económico, por ser mi ejemplo de nunca rendirse de trabajo, siempre concluir con un sueño que se tiene y sobre todo de humildad a ellos que se merecen este logro y muchos más, darles las gracias por haber confiado en mí cuando decidí estudiar lejos de casa, de igual manera a mis hermanos Alexandra, Jonathan, Doménica y Monserrath por darme ánimos cuando sentía que me rendía, dedico a mi pareja Carlos Ojeda Tustón por su apoyo para terminar con éxito lo que un día inicié a todos ellos por ser los protagonistas de este sueño alcanzado.

AGRADECIMIENTO

A mi querida Universidad Nacional de Chimborazo por abrirme sus puertas y poder alcanzar el sueño anhelado que fue terminar la Carrera de Comunicación. A cada uno de los docentes que con sus enseñanzas y paciencia aportaron en mi desarrollo.

De manera muy especial quiero agradecer a mi Tutor señor Ms. Raúl Edison Lomas Badillo, al Ms. Ramiro Rúaless Parreño con sus virtudes, su paciencia y constancia fue fundamental para la culminación exitosa de este trabajo de investigación, formaron parte importante de esta historia con sus aportes profesionales que lo caracterizan. Gracias por su orientación.

Quedo infinita mente agradecida por cada una de las personas que han formado parte de mi formación profesional. Infinitamente Gracias.

Johanna Guaman Naula.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE GRÁFICOS

RESUMEN

ABSTRACT

CAPITULO I.....	15
1. INTRODUCCIÓN	15
1.1 MARCO REFERENCIAL	16
1.1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	16
1.2 OBJETIVOS	17
1.2.1 GENERAL	17
1.2.2 ESPECÍFICOS	17
CAPITULO II.....	18
2. MARCO TEÓRICO.....	18
2.1. COMUNICACIÓN.....	18
2.2. TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN.....	18
2.2.1. TEORÍA FUNCIONALISTA DE LA COMUNICACIÓN	19
2.3. PARADIGMA DE LASSWELL	19
2.3.1. PERIODISMO	20
2.4. DIARIO EXTRA.....	21
2.4.1. TIPOGRAFÍA	21
2.4.2. DISEÑO DE PUBLICACIÓN:	21
2.5. VARIABLES	22
2.5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE:	22
2.5.2. VARIABLE DEPENDIENTE:	22
CAPITULO III	24

3.	METODOLOGÍA	24
3.1.	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	24
3.1.1.	MÉTODO CIENTÍFICO	24
3.1.2.	MÉTODO DEDUCTIVO	24
3.1.3.	MÉTODO ANALÍTICO.....	24
3.2.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	24
3.3.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	25
3.4.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	26
3.5.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS:	26
3.5.1.	TÉCNICAS	26
3.5.2.	INSTRUMENTOS:	27
	CAPÍTULO IV	29
4.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	29
4.1.	MATRICES DE ANALISIS DE CONTENIDO	29
4.1.1.	RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN.....	38
4.1.2.	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE ENTREVISTAS	42
4.2	DISCUSION DE RESULTADOS	52
	CAPÍTULO V	54
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	54
5.1.	CONCLUSIONES.	54
5.2.	RECOMENDACIONES	54
	CAPITULO VI.....	56
6.	MARCO PROPOSITIVO	56
6.1.	CONSTRUCCION DE UN MANUAL PARA RESALTAR LAS ESPECIFICACIONES DE TÉCNICAS Y DISEÑO PERIODÍSTICO	56
6.1.1	Objetivos	56
6.1.2.	DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	56
6.2.	CARACTERISTICAS PARA LA ELABORACION DE UNA PORTADA....	56
6.2.1	Principios del diseño	56
6.3.	ELEMENTOS DEL DISEÑO.....	57
6.4.	PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES:.....	57
6.5.	CONTROL DE CALIDAD:.....	57
6.6.	CONCLUSIONES	57
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	58

ANEXOS..... 60

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Paradigma de Laswell.....	19
Tabla 2.Operacionalización de variables independiente y dependiente.....	22
Tabla 3. Matriz de análisis de contenido	27
Tabla 4. Guía de entrevistas.	27
Tabla 5. Datos de los entrevistados.	28
Tabla 6. Análisis cuantitativos del diario Extra.....	29
Tabla 7. Número de publicaciones.	38
Tabla 8. Datos de los entrevistados.	42
Tabla 9. Matriz de las respuestas a las entrevistas.	42

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Mes de Octubre	38
Gráfico 2: mes de Noviembre.....	39
Gráfico 3: Mes de Diciembre	39
Gráfico 4: Mes de Enero.....	40
Gráfico 5: Mes de Febrero.....	41
Gráfico 6: Mes de Marzo.....	41

RESUMEN

La presente investigación nació con el interés de analizar los contenidos publicados en las portadas de las plataformas digitales diario Extra durante el periodo, octubre 2019 – marzo 2020, tomando en cuenta que estaba prohibido difundir o publicar imágenes sangrientas y el medio que elegimos para la investigación aún utilizaba este método en sus publicaciones, el mismo que ya estaba siendo bastante cuestionado por el morbo que generaba sus notas e imágenes, además de utilizar el lenguaje coloquial, directo y popular.

Para este trabajo de investigación se empleó los métodos científico y analítico, además se hizo uso de la metodología cualitativa y cuantitativa, para esto se analizó 183 portadas elaboradas y publicadas por diario Extra.

Cada una de las portadas publicadas en la plataforma digital Facebook fue observada y analizada de una manera minuciosa y detallada para poder conocer si aún se mantenía con las publicaciones que elaboraba y sobre la divulgación de imágenes que atentaban contra la integridad de la persona o grupo de quien se trate la información, se recopiló 183 portadas en el periodo octubre 2019 – marzo 2020. Además, se utilizó las técnicas de análisis de contenido y entrevistas.

Finalmente se realizó un manual para resaltar las especificaciones de técnicas y diseño periodístico.

Palabras clave: lenguaje coloquial, integridad, medio de comunicación, plataforma digital.

ABSTRACT

This research arose from an interest in analyzing the content published on the front pages of the digital platforms of the newspaper Extra during the period of October 2019 to March 2020. Given the prohibition against disseminating or publishing graphic images, the chosen publication continued to employ this method in its articles, which was already facing considerable criticism for the sensationalism generated by its stories and images, as well as its use of colloquial, direct, and popular language. This research employed scientific and analytical methods, as well as qualitative and quantitative methodologies. A total of 183 front pages produced and published by the newspaper Extra were analyzed. Each of the cover photos published on the Facebook platform was meticulously observed and analyzed to determine whether the content was consistent with its original content and whether it included images that threatened the integrity of the person or group depicted. A total of 183 cover photos were collected between October 2019 and March 2020. Content analysis and interview techniques were also employed. Finally, a manual was created to highlight the specifications for journalistic techniques and design.

Keywords: colloquial language, integrity, media outlet, digital platform.



Reviewed by:
Marco Antonio Aquino
ENGLISH PROFESSOR
C.C. 1753456134

CAPITULO I

1. INTRODUCCIÓN

Se reconoce ampliamente que en la actualidad los medios de comunicación tradicionales no conforman solo de canales de comunicación, con frecuencia se les atribuye a los medios de comunicación masivos como un medio de socialización que interviene en lo social como en el desarrollo del individuo. Los medios de comunicación masivos presentan normas, formulan el sistema de prioridades, educan y transmiten experiencias.

Se ha tomado en consideración el siguiente tema como proyecto de investigación “Análisis de los contenidos publicados en las portadas de las plataformas digitales Diario Extra durante el periodo, octubre 2019 – marzo 2020. Esto a raíz de que aún se ha observado publicaciones que incitan al morbo en el medio de comunicación.

Si bien es cierto el único objetivo de la prensa sensacionalista es vender su diario e incrementar sus ganancias, estrategia que varios medios han implementado con la exageración de las noticias, sus titulares, lenguaje popular y extravagante, esto mantiene al lector manipulado. Según, (Quintanar, 2019) “El sensacionalismo es una técnica periodística utilizada por los medios de comunicación con el objetivo de provocar alguna sensación en el espectador informando sobre detalles poco trascendentes para llamar la atención de la audiencia” (p.3).

En agosto del año 2008 en el Gobierno del expresidente Rafael Correa prohibió por decreto la difusión en los medios de comunicación, imágenes de hechos violentos con el fin de cumplir con el derecho constitucional de las personas a la privacidad, (Const, 2008, art, 66), explica que “en derecho a la honra, a la buena reputación y a la intimidad personal y familiar, la ley protegerá el nombre, la imagen y la voz de la persona”.

Se tomó las portadas digitales del diario Extra, octubre 2019 – marzo 2020 con el fin de analizar hasta qué punto se ha reinventado el producto comunicacional para dar cumplimiento al nuevo marco legal de la comunicación. Se pudo observar que el medio aún publica imágenes de hechos violentos, pero cabe recalcar que las iconografías que utilizan lo distorsionan, esto de igual forma genera en el lector el morbo o interés en estas imágenes.

En la presente investigación analizaremos los contenidos publicados en las 183 portadas del diario Extra en sus plataformas digitales, para este análisis de contenido trabajaremos con la teoría Funcionalista y el método Analítico, las entrevistas a profesionales de la comunicación también será un aporte para el desarrollo del análisis cualitativo y cuantitativo.

Para el cumplimiento de este trabajo de titulación, está dividido en cinco secciones

CAPÍTULO I: Marco referencial: en este apartado se desarrollará, el planteamiento del problema, objetivo general y específicos y la justificación de la importancia de realizar esta investigación.

CAPÍTULO II: Marco teórico: se indaga la fundamentación teórica que forman parte del tema de investigación.

CAPÍTULO III: Marco metodológico: en este capítulo se explicará la metodología y técnica que se utilizará para la realización del proyecto.

CAPÍTULO IV: Análisis e interpretación de los datos: se da conocer los resultados del análisis de contenido en las portadas del diario, las entrevistas y la revisión.

CAPÍTULO V: Discusión de resultados: en esta sección se analizará las conclusiones y recomendaciones que hemos obtenido durante el desarrollo del trabajo de titulación.

1.1 MARCO REFERENCIAL

1.1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Todos los medios de comunicación tradicionales o digitales mantienen diferentes estrategias de contenido, este puede influir la manera en la que el público percibe la realidad nacional e internacional, por eso es importante analizar cómo se construye y se presentan los contenidos en las plataformas digitales.

Existe la prohibición de publicar nombres, fotografías y demás de niños, adolescentes, esto con el fin de proteger al ciudadano que se encuentre involucrado en un hecho de diferente índole, pero sin embargo se ha apreciado que el medio de comunicación el diario Extra en algunas ocasiones si continua con la publicación de imágenes sin censura como el lunes sexi, fotografías de accidentes donde se puede apreciar a la víctima.

Según Jenkins (2006), las plataformas digitales han cambiado la forma en que se consume y se produce la información, y es importante analizar cómo se construyen y se presentan los contenidos en las portadas de estas plataformas. El diario Extra es una plataforma digital que a diario publica contenido informativo y de entretenimiento para la sociedad. Sin embargo, surgen algunas interrogantes como, ¿Cuál es el impacto de los contenidos publicados en las portadas de las plataformas digitales del Diario Extra en la percepción y el consumo de información por parte del público?

En Ecuador el Diario Extra, fue fundado el 21 de octubre de 1974 en la Guayaquil, el mismo que se caracteriza por las portadas que presenta que cada género periodístico conservando su diseño llamativo.

Debido a este tipo de contenidos en los medios, en agosto del año 2008 se da la prohibición a la prensa para difundir imágenes de hechos violentos, esto con el fin de dar

cumplimiento al derecho a la privacidad, el exministro de Gobierno Fernando Bustamante firmó dicha disposición que fue remitida a todos los organismos competentes de manera inmediata. Sin embargo, los medios sensacionalistas en este caso diario Extra no dio cumplimiento en su totalidad a la nueva reglamentación.

Después de esta disposición, la Superintendencia de la Información y Comunicación SUPERCOM, emitió en septiembre del 2017 un llamado de atención a diario Extra por la publicación de la portada donde se evidenciaba la imagen de un cuerpo quemado, solicitaron al medio mejorar sus prácticas comunicacionales y sugirió se abstenga de reincidir en conductas que violan el derecho a la privacidad, no es el único medio que ha caído en estas “estrategias”, los lectores de alguna forma se han acostumbrado a consumir este tipo de contenidos, por lo que otros medios han tomado la misma línea a efecto de mejorar sus ventas.

En las portadas publicadas en las plataformas digitales del diario Extra, desde octubre 2019 hasta marzo 2020, se pueden observar imágenes de crónica roja, pero en este caso censuradas, esto acompañado de los titulares extravagantes y de tamaño grande para llamar aún más la atención que le dan un calificativo de ser un medio sensacionalista y poco profesional.

El presente trabajo de investigación será una guía dentro de la Carrera de Comunicación para futuros proyectos profesionales, en los que debemos tomar en cuenta la ética dentro de la profesión, ser más sensibles ante el dolor ajeno y evitar exponer imágenes que violenten la integridad del afectado y su familia, dentro de la crónica roja que es donde se incurre a este tipo de faltas.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 GENERAL

Análisis de los contenidos publicados en las portadas de las plataformas digitales diario Extra durante el periodo octubre 2019 – marzo 2020

1.2.2 ESPECÍFICOS

- ✓ Identificar los componentes teóricos respecto a los contenidos periodísticos a nivel macro.
- ✓ Determinar cómo se presentan los contenidos en las portadas del diario Extra.
- ✓ Construir un manual para resaltar las especificaciones de técnicas y diseño periodístico.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. COMUNICACIÓN

Según Brönstrup (2007), explica el concepto y la caracterización de la comunicación con base en Merleau-Ponty, el cual denomina el “acto de comunicar como el encuentro de fronteras perceptivas” (p.46).

Para Thompson (2008), la comunicación es:

Es un medio de conexión o de unión que tenemos las personas para transmitir o intercambiar mensajes. Es decir, que cada vez que nos comunicamos con nuestros familiares, amigos, compañeros de trabajo, socios, clientes, etc., lo que hacemos es establecer una conexión con ellos con el fin de dar, recibir o intercambiar ideas, información o algún significado. (p.12)

La comunicación se entiende al proceso que desarrolla el ser vivo, mediante el cual se intercambia mensajes o señales ya sea biológico, cognitivo, instintivo u hormonal, con el objetivo único de transmitir una información y mediante este acto obtener una retroalimentación a través de los canales de comunicación.

La comunicación es un acto donde el ser humano expresa lo que piensa y lo que siente hacia otra persona independientemente de si es en forma presencial, virtual u otros canales. Se dice que existen personas triunfadoras cuando han desarrollado la habilidad y facilidad de comunicación y establece una interacción positiva, al desarrollar habilidades en la comunicación mantienen mucho éxito al momento de hablar o expresar, exponiendo su competencia comunicativa.

2.2. TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN

En una investigación realizada por Alsina (2003) en su libro Teorías de la Comunicación: Ámbitos, métodos y perspectivas: asegura que “Las teorías de la comunicación constituyen una disciplina extremadamente viva en evolución y discusión permanente” (p.6).

En otra investigación realizada por Saper (1998), los especialistas en el estudio de la comunicación de masa desarrollan su labor en un campo temático específico plenamente legitimado en el mundo académico actual. Sin embargo, la consolidación no significa petrificación. Todo lo contrario, pasa con las teorías de la comunicación, constituyen una disciplina, por eso una teoría no resulta pragmáticamente consolidada si no es sometida a crítica, debate, polémica (Alsina, 2003).

Entendemos por teorías de la comunicación a un campo de estudio dentro de las ciencias sociales donde trata de explicar cómo se realiza el intercambio de comunicación y como estos intercambios afectan a la sociedad y a la comunicación.

2.2.1. TEORÍA FUNCIONALISTA DE LA COMUNICACIÓN

El funcionalismo explica la forma en la que deben funcionar los medios de masas esto es algo positivo, ya que para esta teoría los medios masivos son integrantes sociales, de igual manera estudia los mensajes que son transmitidos por estos medios ya mencionados.

La perspectiva funcionalista es interna: trabaja dentro de un marco ideológico determinado, intentando conservar el papel de la comunicación como pieza de un sistema social con el cual se está de acuerdo. Por otra parte, en una investigación realizada por el presidente del Grupo Comunicar de la Universidad de la Huelva que: “El fenómeno comunicativo es, sin duda, la nota más trascendental y significativa que caracteriza la sociedad al igual que las teorías que esta forma” (Aguaded, 2012, p.16).

Para Cachero (2009):

El funcionalismo no ha de ser considerado como una teoría sociológica cerrada, sino más bien como un agregado de teorías situadas a diferentes niveles que convergen en la descripción sistemática de las formas de acción social que se producen en el interior de los límites impuestos por el sistema social. (p.3) .

2.3. PARADIGMA DE LASSWELL

Según Aguado (2004):

La fórmula de la comunicación colectiva (quién dice que, por qué canal, a quién y con qué efecto) se convertiría en la base inicial de los estudios sobre comunicación colectiva desde una perspectiva funcionalista, esto es, funciones asociadas a cada uno de los elementos de su fórmula. (p.4)

Tabla 1. Paradigma de Laswell

Quién:	Persona o medio que emite el mensaje – Emisor
Dice qué:	Mensaje: Análisis de las portadas
Por qué canal:	Medio por el cual se emite la información
A quién dice:	Es la audiencia que se puede alcanzar y para quienes está dirigido
Con qué efecto:	El impacto o la reacción que se logre en su totalidad

Fuente: Elaboración propia

El modelo propuesto por Lasswell se ha convertido como base del estudio dentro de la comunicación, esta de cierta manera afirma que el emisor es único responsable en establecer una reacción, para conseguir un efecto y reacción en el receptor. A diferencia de otras teorías como por ejemplo la teoría hipodérmica, el nuevo modelo pone en consideración todas las variantes posibles en envío de información desde el emisor que se dirige por un canal y finalmente llega al receptor.

Lasswell articula los diversos campos de investigación en comunicación de masas a partir del modelo. Así, los estudios sobre el control de las fuentes remiten al emisor, los análisis de los contenidos del remitente a un mensaje, los estudios sobre la naturaleza y restricciones del medio comunicativo remiten al canal, el análisis de las audiencias (frecuencias, perfiles, tenencias, etc.) remiten al receptor, y aquellos estudios que analizan la respuesta del público (intención de voto, tendencias de consumo de medios, selección de contenidos, etc.) remiten a los efectos de la comunicación (Agudo, 2004). Además, este modelo ofrece sencillez y claridad, como menciona (Aguado, 2004), junto con su carácter eminentemente funcional, le han valido el construir la base de la que parten la gran mayoría de las investigaciones en comunicación colectiva.

2.3.1. PERIODISMO

El periodismo se trata de una profesión que se ha ido enriqueciendo con la aparición y crecimiento de diferentes medios, ya que este siempre ha mantenido un compromiso con la sociedad a la cual se encarga de brindar información verídica y cercana a la realidad, el periodismo está en una etapa que se debate mucho por un futuro mirando con atención el presente y grandes cambios que se muestra en la profesión.

Robledo (2017) afirma:

El periodismo resulta ser, en definitiva, método de informar sobre la actualidad e intermediar de forma inmediata y constantemente renovada en la comunicación social, que mediante una expresión asequible al común denominador del público, combina recopilación, verificación, síntesis y clarificación de la información acreditada como relevante y cierta, con el máximo de exactitud posible, para servir desinteresadamente a los ciudadanos en sus necesidades de un seguimiento preciso de los asuntos de interés público o potencialmente capaces de afectar sus vidas (p.6)

2.3.1.1. PERIODISMO DIGITAL

En una investigación realizada sobre el Periodismo Digital y sus retos en la Sociedad Global y del Conocimiento encontramos que: El periodismo del siglo XXI se está adaptando a la Sociedad de la Información y, especialmente, a través del fenómeno Internet, ha nacido un medio de comunicación digital, interactivo y multimedia que supone una nueva forma de elaborar, estructurar y difundir las noticias. La era digital ha afectado al ámbito de los medios de comunicación, los cuales están presentes en la Red y se reinventan y crecen continuamente con nuevas herramientas y servicios para aprovechar al máximo las ventajas, los atractivos y los valores añadidos que proporcionan las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (Marañón, 2020).

2.3.1.2. PERIODISMO AMARILLISTA

En una investigación realizada acerca de la Prensa Amarilla en América Latina se determinó que esta prensa cumple una doble función, sirve tanto para ser comprada y consumida por sus lectores como para ser consumida en sus titulares, de hecho, la práctica de ver los titulares es muy común más del 50 % de los consumidores prestan atención a los titulares, pues es el objetivo de esta prensa llegar al transeúnte. Cumple la función de toda

diagramación periodística que está organizada para ser más vista que leída (Macassi, 2002).

2.3.1.3. CRÓNICA ROJA

En otra investigación realizada sobre la Crónica Roja en los medios de comunicación ecuatorianos hallamos que, la tendencia del periodismo mediático de privilegiar el acto violento sobre el pacífico, el dato excepcional sobre el normal, el incidente sobre el proceso y/o lo individual sobre lo general, es absolutamente intencional; ya que mediante este mecanismo de selección se decide qué es noticia, con el propósito de impactar, lo cual implica que la información es escogida y dirigida. De esta manera, es muy frecuente encontrar que, entre todas las violencias existentes, los medios de comunicación enfatizan la visión criminal (Pontón, 2008).

2.4. DIARIO EXTRA

El Diario Extra es un periódico ecuatoriano, fundado el 21 de octubre de 1974, en Guayaquil, por Galo Martínez Merchán, exministro de Gobierno del expresidente José María Velasco Ibarra, y Nicolás Ulloa Figueroa. Es el diario más vendido a nivel nacional. La casa editorial del mismo es Gráficos Nacionales, S.A, (Extra, 2016). Su misión es llevar noticias de manera objetiva, imparcial y confiable, sirviendo de puente entre la gente y el conocimiento. Los hechos relevantes del Diario Extra giran en torno a la crónica roja (crímenes, violencia, accidentes) lo que le hace ser un medio impreso muy conocido y con mucha demanda.

2.4.1. TIPOGRAFÍA

Podemos decir que la tipografía juega un papel fundamental dentro de una portada, debido a esta brinda también el estilo y la originalidad con la se quiere presentar al público una portada, se conjuga con diferentes aspectos para dar una buena presentación de esto también depende mucho como queremos presentar para poder mostrar el mensaje que queremos presentar al público.

Según, Andrew Haslam, (2005) “La tipografía se ocupa tanto de la creación de caracteres como de su composición para transmitir un mensaje” (p.5).

2.4.2. DISEÑO DE PUBLICACIÓN:

El diseño en todo aspecto es una parte importa ya que es su carta de presentación, en este caso podríamos decir que el diseño de la revista es lo que va definir que se le es o no interesante para el lector, todo dependerá de qué manera está diseñado y para quien va dirigido dicho diseño, en ocasiones suelen diseñar exclusivamente para la atracción de lectores adultos.

El diseño sugiere que los productos trazados afectan o conducen al usuario a un comportamiento deseado durante la interacción y vida útil de lo publicado en este caso hablamos del bosquejo de las portadas del Diario Extra. A partir de esta idea, es importante hacernos nuevas preguntas acerca de la educación del diseño, y es necesario dar un nuevo enfoque a la formación del producto desde una perspectiva interdisciplinar que nos permita entender el comportamiento del usuario, así como

también en el proceso de creación de tales portadas. (Arano, 2020, p.1)

2.5. VARIABLES

2.5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE:

Contenidos publicados en las portadas digitales del Diario Extra.

2.5.2. VARIABLE DEPENDIENTE:

Plataformas digitales

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

El mapa de variables es también llamado Operacionalización o Cuadro de variables, en éste se presentan las variables a medir, sus definiciones, categorías, indicadores, y las técnicas e instrumentos que se van a utilizar en el trabajo de titulación. La operacionalización de variables es la columna vertebral de toda investigación y su correcta elaboración garantizará la coherencia teórico- práctica del estudio.

Tabla 2. *Operacionalización de variables independiente y dependiente.*

VARIABLE	DEFINICIÓN	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<i>Variable independiente</i> = Contenidos publicados en las portadas digitales del Diario Extra.	Análisis de contenido es comúnmente realizado a partir de registros y así permite aquello que metodológicamente se llama de inferencia, genéricamente un pasaje de las premisas en revisión a través del texto hasta la conclusión del trabajo. Destacamos que “el acto de inferir significa la realización de una operación lógica, por la cual se admite una proposición	Medios de comunicación impresos. Análisis de contenido Análisis del framing.	Numero de portadas analizados. Manejo de las portadas. Análisis del framing.	Técnica: -Análisis de contenido Instrumento: -Observación -Matriz de análisis e interpretación de resultados.

	en virtud de su relación con otras proposiciones ya aceptadas como verdaderas (Campos & Ribeiro Turato, 2009)			
<i>Variable dependiente</i> = efecto Tratamiento comunicacional de la información	Las plataformas digitales son aquellos espacios en la web que permiten obtener información de alguna empresa o servicio, en estos medios las personas pueden obtener datos detallados y concretos sobre las mismas que se presentan de forma diversa (LOJANO, 2021)	-Periodismo -Información	- Características de las portadas. -Manejo de información.	Técnica: Análisis de Contenido Instrumento: -Entrevistas -Guía de preguntas

Elaborado por: Paola Guaman

CAPITULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

3.1.1. MÉTODO CIENTÍFICO

Este método fue de utilidad para este trabajo de investigación, pues permitió la búsqueda de información empírica, teórica y metodológica. Además, se logró definir el problema, formulación de hipótesis (razonamiento deductivo), recopilación y análisis de datos, resultados y conclusiones.

3.1.2. MÉTODO DEDUCTIVO

Partir de lo general a lo particular, ayuda que el trabajo investigativo sea más completo y por supuesto más detallado. Utilizando este método podremos obtener resultados y conclusiones más verídicas y establecidas.

Aristóteles y sus discípulos implantaron el razonamiento deductivo como un proceso del pensamiento en el que de afirmaciones generales se obtiene afirmaciones específicas aplicando las reglas de la lógica. Mediante este procedimiento, se organizan hechos conocidos y se extraen conclusiones mediante una serie de enunciados, conocidos como silogismos, que comprenden: la premisa mayor, la premisa menor y la conclusión (Dávila, 2006, p. 184).

Se utiliza este método en la investigación ya que nos ayuda a partir de lo general a lo específico y así poder analizar con mayor exactitud cada empleado en las matrices.

3.1.3. MÉTODO ANALÍTICO

Se realizará análisis de contenido, se revisará las portadas digitales del medio digital, detectando el contenido publicado en las portadas.

Como menciona Berelson citado en Tinto (2013) explica que el análisis de contenido como técnica de investigación, señalando que:

Se trata de una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido de la comunicación, aunque puede ser utilizada en otros campos como el análisis cualitativo de variables o en el estudio de la complejidad de un fenómeno entre otros. (Berelson, 2013, p.142)

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

En el presente proyecto se realizará una investigación mixta, trabajaremos con la metodología cuantitativa y cualitativa.

3.2.1. CUALITATIVA

Esta metodología nos permite identificar los resultados de las variables identificadas, a su vez ayudará a fortalecer la teoría planteada, mediante el análisis, la revisión y observación de las portadas de diario Extra en su plataforma digital, además de las entrevistas.

Según define Bonilla & Rodríguez citado en Bejarano (2016):

El método cualitativo se orienta profundizar casos específicos y no a generalizar. Su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de los rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada (p.10)

3.2.2. CUANTITATIVO

El método cuantitativo los datos obtenidos de la investigación como punto principal, en este caso los contenidos de las portadas del medio de comunicación demostraron cifras que se indicaran más adelante. Cada dato obtenido en la presente investigación dará como resultados las veces en que se ha incurrido como medio sensacionalista.

Así mismo, la metodología cuantitativa no se centra en explorar, describir o explicar, un único fenómeno, sino que busca realizar inferencias a partir de una muestra hacia una población, evaluando para ello la relación existente entre aspectos o variables de las observaciones de dicha muestra. (Ugalde Binda & Balbastre Benavent, 2013)

Según la finalidad:

Aplicada: Se realizará un análisis de contenido y revisión de portadas del diario a investigar.

Según el alcance temporal

Sincrónica: Se busca conocer como este fenómeno influye en un lapso determinado.

Según la profundidad:

Descriptiva: Tiene como finalidad describir el diseño de las portadas y si las fotografías publicadas estuvieron ligadas a la ética que maneja el diario.

Según la amplitud:

Micro sociológica: Porque el medio de comunicación que se estudiará será el diario Extra.

Según las fuentes:

Primarias: Porque se utiliza datos o información de primera mano creada por el investigador.

3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Una investigación por lo general esta diseña o pensada bajo métodos y diferentes tácticas que se utilizan para realizar el trabajo y conseguir resultados, esto además nos sirve

para saber que queremos hacer y como lo vamos a hacer. Se le denomina el punto de partida. Para Salinas & Castro (2009):

En términos, nos referimos a diseños no experimentales cuando no se realiza una manipulación deliberadamente de variables, no se tiene un control de las condiciones ni un grupo equivalente de comparaciones. Suele tratarse de observaciones en contextos o condiciones naturales con fines descriptivo, donde los sujetos participan de sus grupos de forma previa (p.18)

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

Debido al tipo de la investigación se ha visto necesario realizar un análisis completo de las portadas publicadas de Diario Extra; correspondiendo considerar que en la versión digital del diario Extra realizó 183 publicaciones de portadas en el periodo octubre 2019 – marzo 2020 mismo que es destinado para el estudio de esta investigación.

3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS:

3.5.1. TÉCNICAS

3.5.1.1. ANÁLISIS DE CONTENIDO:

La metodología que utilizaremos se basa principalmente en analizar el tipo de lenguaje que utiliza, la finalidad de sus portadas en este caso, teniendo en cuenta el mensaje que desean transmitir a la sociedad en general, para esa investigación es importante la técnica de observación para poder analizar los componentes de la portada que presenta diario Extra.

Según Campos & Ribeiro Turato (2009), el análisis de contenido es comúnmente realizado a partir de registros y así permite aquello que metodológicamente se llama de inferencia, genéricamente un pasaje de las premisas en revisión a través del texto hasta la conclusión del trabajo.

El análisis de contenido es una de las técnicas más utilizadas para recolectar información o datos más utilizados por los investigadores, esta técnica facilita el hallazgo de aquellos detalles que no se distinguen a simple vista, con esto se lograra resultados efectivos y concretos y así resolver o identificar lo que estamos investigando.

3.5.1.2. ENTREVISTA:

La entrevista es un instrumento cualitativo que sirve para completar la información obtenida con anterioridad en el análisis de datos, sin causar distorsiones o alteración de información del mismo. En esto punto la opinión de las personas es muy importante y esto nos ayudara a llegar a un amplio análisis de lo que estamos investigando, en este caso se tomara en cuenta a las personas involucradas en el medio de comunicación.

Para García, Martínez, Hernández & Ruiz (2013):

La entrevista es muy ventajosa principalmente en los estudios descriptivos y en las fases de exploración, así como para diseñar instrumentos de recolección de datos (la

entrevista en la investigación cualitativa, independiente del modelo que se decida emplear, se caracteriza por los siguientes elementos: tiene como propósito obtener información en relación con un tema determinado; se busca que la información recabada sea lo más precisa posible), con frecuencia la entrevista se complementa con otras técnicas de acuerdo a la naturaleza específica de la investigación (p.56)

3.5.2. INSTRUMENTOS:

3.5.2.1. **OBSERVACIÓN:**

La observación utilizaremos como un instrumento en nuestra investigación para captar algunas publicaciones que no cumplen con lo dispuesto dentro de la Constitución.

La observación es la forma más sistematizada y lógica para el registro visual y verificable de lo que se pretende conocer; es decir, es captar de la manera más objetiva posible, lo que ocurre en el mundo real, ya sea para describirlo, analizarlo o explicarlo desde una perspectiva científica; a diferencia de lo que ocurre en el mundo empírico, en el cual el hombre en común utiliza el dato o la información observada de manera práctica para resolver problemas o satisfacer sus necesidades. (Campos, et al., 2012).

3.5.2.2. **MATRIZ DE ANÁLISIS DE CONTENIDO:**

La matriz creada servirá para detallar lo cuantitativo: Fecha de publicación, link, titulares (tipo,olor, posición), Imagen (fotografía, ilustración), Retícula (jerárquica, columna), Tipos de portadas, Tipos de titulares (expresivo, informativo), composición gráfica, cabecera (tipo, color, posición). Cada uno de estos datos que recolectamos en la matriz ayuda a realizar un análisis de contenido más concreto, amplio para la investigación.

Tabla 3. Matriz de análisis de contenido

FE CHA	LI NK	TITULARE S			IMAGEN		TAMAÑO DE LETRA		TIPO DE PORTADA S		TIPOS DE TITULAR ES	
		Tipo	Color	Posición	Fotos	Infografías	Grande	Pequeño	Amarillismo	Blanquista	Expresivo	Informativo

Guía de entrevistas

Tabla 4. Guía de entrevistas.

- Nombre del entrevistado: experto a entrevistar
- Fecha: día/ mes/ año
- Plataforma o medio: herramienta que se utilizó
- Hora: tiempo y duración de la entrevista

Datos de los entrevistados

Para las entrevistas se elaboró una guía de preguntas misma que se les realizó a

diferentes periodistas como a quienes pertenecen al Diario Extra, un independiente, además de un lector. La investigadora lo considera importante obtener su opinión y criterio a cerca de las portadas del diario en mención.

Tabla 5. Datos de los entrevistados.

CODIGO	ENTREVISTADO	CARGO QUE DESEMPEÑA

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1. MATRICES DE ANALISIS DE CONTENIDO

Esta investigación se centró en el análisis de los contenidos publicados en las portadas de las plataformas digitales diario extra durante el periodo, octubre 2019 – marzo 2020, para esto se elaboró una matriz que permite analizar de manera profunda los contenidos en las portadas y esta manera verificar si lo que se publicó esta dentro de los lineamientos del código de ética.

Octubre 2019

Tabla 6. Análisis cuantitativos del diario Extra

FECHA	LINK	TITULARES			IMAGEN		TAMAÑO DE LETRA		TIPO DE PORTADA		TIPOS DE TITULARES	
		Tipo	Color	Posición	Fotos.	Infografías	Grande	Pequeño	Amarillismo	Blanquista	Expresivo	Informativo
01/10/2019	https://goo.su/zWUDU	Morganite	Rojo / Amarillo	Horizontal	X		X		X		X	
02/10/2019	https://urlzs.com/JjTcA	Morganite	Rojo / Amarillo	Horizontal	X		X		X		X	
03/10/2019	https://urlzs.com/Wk75W	Morganite	Rojo	Vertical	X			X	X			X
04/10/2019	https://urlzs.com/uBUB1	Morganite	Rojo	Vertical	X			X		X		X
05/10/2019	https://urlzs.com/btZ3b	Morganite	Rojo / azul	Horizontal	X		X			X	X	
06/10/2019		Morganite										
07/10/2019	https://urlzs.com/CqmmY	Morganite	Rojo	Horizontal	X			X	X			X
08/10/2019	https://urlzs.com/KeqhF	Morganite	Rojo	Vertical	X			X		X		X
09/10/2019	https://urlzs.com/oynLm	Morganite	Blanco	Mixto	X			X	X			X
10/10/2019	https://urlzs.com/H8SGo	Morganite	Amarillo	Vertical	X		X			X	X	

11/10/2019	https://urlzs.com/4DcBp	Morg anite	Amarillo	Horizontal	X		X		X			X
12/10/2019	https://urlzs.com/vWTzh	Morg anite	Rojo	Vertical	X		X			X		X
13/10/2019	https://urlzs.com/ZH1Fq	Morg anite	Amarillo	Vertical		X		X	X			X
14/10/2019	https://urlzs.com/diJxL	Morg anite	Rojo	Horizontal	X			X	X		X	
15/10/2019	https://urlzs.com/tSSXr	Morg anite	Amarillo	Vertical	X			X		X		X
16/10/2019	https://urlzs.com/SYibv	Morg anite	Negro	Horizontal	X		X		X		X	
17/10/2019	https://urlzs.com/QfY3T	Morg anite	Negro	Horizontal	X		X		X		X	
18/10/2019	https://urlzs.com/hnihn	Morg anite	Azul	Vertical	X		X		X		X	
19/10/2019	https://urlzs.com/FwWfb	Morg anite	Negro	Horizontal	X		X		X		X	
20/10/2019	https://bit.ly/3wCZFSA	Morg anite	Amarillo/negro	Horizontal	X		X			X		X
21/10/2019	https://bit.ly/3yPKrmt	Morg anite	Blanco	Vertical	X			X		X		X

Noviembre 2019

FE CH A	LINK	TITULARES			IMAGEN		TAMAÑO DE LETRA		TIPO DE PORTADA S		TIPOS DE TITULAR ES	
		Tipo	Color	Posición	Fotos.	Infografía as	Grande	Pequeño	Amarillismo	Blanquista	Expresivo	Informativo
01/11/2019	https://bit.ly/3LApNJK	Morg anite	Amarillo	Horizontal	X			X		X		X
02/11/2019	https://bit.ly/38ECZjy	Morg anite	Negro	Horizontal		X		X		X		X
03/11/2019	https://bit.ly/3Nr2Jyz	Morg anite	Amarillo	Horizontal	X			X	X		X	
04/11/2019	https://bit.ly/3LxcXvZ	Morg anite	Amarillo	Vertical	X		X		X		X	
05/11/2019	https://bit.ly/3z6Hkaf	Morg anite	Blanco	Vertical	X			X		X		X
06/11/2019	https://bit.ly/3PshWBg	Morg anite	Blanco	Mixto	X		X		X		X	
07/11/2019	https://bit.ly/3G7n49H	Morg anite	Amarillo	Horizontal	X		X		X		X	
08/11/2019	https://bit.ly/3sON9oE	Morg anite	Blanco	Horizontal	X		X			X	X	

09/11/2019	https://bit.ly/3sQAOAq	Morg anite	Mixto	Vertical		X		X		X		X
10/11/2019	https://bit.ly/3sNI3sL	Morg anite	Blanco	Horizontal	X		X			X		X
11/11/2019	https://bit.ly/39GW44B	Morg anite	Amarillo	Horizontal	X		X		X		X	
12/11/2019	https://bit.ly/3G6XJgj	Morg anite	Blanco	Horizontal		X	X			X		X
13/11/2019	https://bit.ly/3lxR6Ke	Morg anite	Blanco	Horizontal	X		X		X		X	
14/11/2019	https://bit.ly/3lwFQOs	Morg anite	Mixto	Horizontal	X		X		X		X	
15/11/2019	https://bit.ly/3sNEK4U	Morg anite	Mixto	Horizontal		X		X	X		X	
16/11/2019	https://bit.ly/3G5pDZS	Morg anite	Blanco	Horizontal	X		X			X		X
17/11/2019		Morg anite	Blanco	Vertical	X		X		X		X	
18/11/2019	https://bit.ly/388eUl0	Morg anite	Blanco	Vertical	X		X		X		X	
19/11/2019	https://bit.ly/3PBuk1M	Morg anite	Blanco	Vertical	X		X		X			X
20/11/2019	https://bit.ly/3MyPJqA	Morg anite	Blanco	Vertical	X		X			X		X
21/11/2019	https://bit.ly/3sNtBB9	Morg anite	Blanco	Horizontal	X		X			X		X
22/11/2019	https://bit.ly/3lvGbAT	Morg anite	Blanco	Vertical	X		X		X		X	
23/11/2019	https://bit.ly/3wIqZ8y	Morg anite	Blanco	Vertical		X		X		X	X	
25/11/2019	https://bit.ly/39Gt39w	Morg anite	Blanco	Vertical	X		X		X		X	
26/11/2019	https://bit.ly/3sOrvRo	Morg anite	Blanco	Vertical	X		X		X		X	
27/11/2019	https://bit.ly/3Lzv6Ju	Morg anite	Blanco	Vertical	X		X		X			X
28/11/2019	https://bit.ly/3sOOXOh	Morg anite	Blanco	Mixto	X			X	X		X	
29/11/2019	https://bit.ly/3lxYQvK	Morg anite	Mixto	Horizontal	X		X		X		X	
30/11/2019	https://bit.ly/3PvQN0m	Morg anite	Amarillo	Mixto	X		X		X		X	

Diciembre 2019

FECHA	LINK	TITULARES			IMAGEN		TAMAÑO DE LETRA		TIPO DE PORTADA		TIPOS DE TITULARES	
		Tipo	Color	Posición	Fotos.	Infografías	Grande	Pequeño	Amarillismo	Blanquista	Expresivo	Informativo
01/12/2019	https://bit.ly/3Nsi95L	Morganite	Negro	Horizontal	X		X		X		X	
02/12/2019	https://bit.ly/3LAxL5G	Morganite	Blanco	Vertical	X		X		X		X	
03/12/2019	https://bit.ly/3lyMpjA	Morganite	Rojo	Horizontal	X		X		X		X	
04/12/2019	https://bit.ly/3MNZ0eo	Morganite	Blanco	Mixto	X		X		X		X	
05/12/2019	https://bit.ly/3G84f6v	Morganite	Mixto	Horizontal	X			X		X		X
06/12/2019	https://bit.ly/3lyV0m6	Morganite	Amarillo	Vertical		X	X			X		X
07/12/2019	https://bit.ly/3sOqbhp	Morganite	Negro	Horizontal	X		X			X	X	
08/12/2019	https://bit.ly/3MRcB53	Morganite	Negro	Horizontal		X	X			X		X
09/12/2019	https://bit.ly/38Ie6Ub	Morganite	Blanco	Vertical	X		X		X			
10/12/2019	https://bit.ly/3lsIhl7	Morganite	Amarillo	Horizontal	X		X		X		X	
11/12/2019	https://bit.ly/3LA4sjK	Morganite	Mixto	Vertical	X		X		X		X	
12/12/2019	https://bit.ly/3sK0zCn	Morganite	Blanco	Horizontal	X			X		X		X
13/12/2019	https://bit.ly/3Pt1nFk	Morganite	Amarillo	Mixto	X		X			X	X	
14/12/2019	https://bit.ly/39L76pP	Morganite	Amarillo	Horizontal	X		X		X		X	
15/12/2019	https://bit.ly/3Pyvds4	Morganite	Mixto	Horizontal	X		X		X		X	
16/12/2019	https://bit.ly/3G9q3ON	Morganite	Blanco	Vertical	X			X	X		X	
17/12/2019	https://bit.ly/3sOcSxB	Morganite	Negro	Horizontal	X		X			X		X
18/12/2019	https://bit.ly/389Ed6c	Morganite	Blanco	Horizontal	X		X		X		X	
19/12/2019	https://bit.ly/39HgOt0	Morganite	Blanco	Vertical	X		X			X		X
20/12/2019	https://bit.ly/3sRkVK2	Morganite	Blanco	Mixto	X		X			X	X	

21/12/2019	https://bit.ly/3NquuY6	Morg anite	Blanco	Vertical		X	X		X		X	
22/12/2019	https://bit.ly/3GaJzdR	Morg anite	Rojo	Horizontal	X		X		X		X	
23/12/2019	https://bit.ly/39HAhdo	Morg anite	Blanco	Vertical	X		X			X		X
24/12/2019	https://bit.ly/3lyYkO6	Morg anite	Blanco	Horizontal		X	X			X		X
25/12/2019	https://bit.ly/3wHdki7	Morg anite	Blanco	Horizontal		X	X			X		X
26/12/2019	https://bit.ly/3sLemID	Morg anite	Negro	Horizontal	X		X			X	X	
27/12/2019	https://bit.ly/39HlfnE	Morg anite	Blanco	Horizontal	X		X		X		X	
28/12/2019	https://bit.ly/3LA9ZXy	Morg anite	Blanco	Vertical	X			X	X		X	
29/12/2019	https://bit.ly/3wFpGHY	Morg anite	Mixto	Horizontal	X		X		X		X	
30/12/2019	https://bit.ly/3wFpI28	Morg anite	Blanco	Vertical	X		X		X		X	
31/12/2019	https://bit.ly/3lwSRaH	Morg anite	Blanco	Horizontal	X		X		X		X	

Enero 2020

FE CH A	LINK	TITULARE S			IMAGEN		TAMAÑ O DE LETRA		TIPO DE PORTADA S		TIPOS DE TITULAR ES	
		Tipo	Color	Posición	Fotos	Infografías	Grande	Pequeño	Amarillismo	Blanquista	Expresivo	Informativo
01/01/2020	https://urlzs.com/tZRSH	Morg anite	Amarillo	Vertical	X		X			X		X
02/01/2020	https://bit.ly/3pnekoj	Morg anite	Negro	Horizontal		X		X	X		X	
03/01/2020	https://bit.ly/3C7RKb3	Morg anite	Blanco	Vertical	X		X		X		X	
04/01/2020	https://bit.ly/3w51TBt	Morg anite	Blanco	Mixto	X		X			X	X	
05/01/2020	https://bit.ly/3wa1CgA	Morg anite	Negro	Horizontal	X		X		X		X	
06/01/2020	https://bit.ly/3SOVAf7	Morg anite	Blanco	Vertical	X		X		X		X	
07/01/2020	https://bit.ly/3w8YYaV	Morg anite	Mixto	Horizontal	X		X			X	X	
08/01/2020	https://bit.ly/3clIquE	Morg anite	Rojo	Horizontal	X		X		X		X	

09/01/2020	https://bit.ly/3CdT2kU	Morg anite	Blanco	Horizontal		X	X		X			X
10/01/2020	https://bit.ly/3C7WBsN	Morg anite	Blanco	Vertical	X			X	X		X	
11/01/2020	https://bit.ly/3dxZkBp	Morg anite	Blanco	Horizontal	X		X		X		X	
12/01/2020	https://bit.ly/3SV2BLm	Morg anite	Rojo	Horizontal	X		X			X	X	
13/01/2020	https://bit.ly/3T6xooG	Morg anite	Blanco	Vertical	X			X	X		X	
14/01/2020	https://bit.ly/3JXcCUI	Morg anite	Blanco	Horizontal		X	X			X	X	
15/01/2020	https://goo.su/oYl3v	Morg anite	Blanco	Horizontal	X		X			X	X	
16/01/2020	https://goo.su/wcWhUk8	Morg anite	Amarillo	Vertical		X	X			X	X	
17/01/2020	https://goo.su/qGkPY2	Morg anite	Blanco	Vertical		X	X		X		X	
18/01/2020	https://goo.su/dIt9Dik	Morg anite	Blanco	Horizontal	X		X			X		X
19/01/2020	https://goo.su/qWLDth	Morg anite	Blanco	Vertical	X		X			X		X
20/01/2020	https://n9.cl/0smz6	Morg anite	Blanco	Vertical	X		X		X		X	
21/01/2020	https://n9.cl/7ua150	Morg anite	Blanco	Vertical	X			X		X	X	
22/01/2020	https://n9.cl/o6nqt	Morg anite	Blanco	Vertical		X	X			X	X	
23/01/2020	https://n9.cl/gwe8k	Morg anite	Blanco	Horizontal	X		X			X		X
24/01/2020	https://n9.cl/gwe8k	Morg anite	Mixto	Horizontal	X	X	X		X		X	
25/01/2020	https://n9.cl/bk2vs1	Morg anite	Mixto	Horizontal	X		X		X		X	
26/01/2020	https://n9.cl/gz9ys	Morg anite	Amarillo	Horizontal		X	X		X		X	
27/01/2020	https://n9.cl/k53kv	Morg anite	Blanco	Vertical	X		X		X		X	
28/01/2020	https://n9.cl/p80q7o	Morg anite	Mixto	Vertical	X		X		X		X	
29/01/2020	https://n9.cl/1210f	Morg anite	Mixto	Vertical	X		X			X	X	
30/01/2020	https://n9.cl/fbqs0	Morg anite	Mixto	Vertical	X		X			X		X
31/01/2020		Morg anite	Mixto	Mixto	X		X		X		X	

Febrero 2020

FECHA	LINK	TITULARES			IMAGEN		TAMAÑO DE LETRA		TIPO DE PORTADA		TIPOS DE TITULARES	
		Tipo	Color	Posición	Fotos	Infografías	Grande	Pequeño	Amarillismo	Blanquista	Expresivo	Informativo
01/02/2020	https://n9.cl/geplq	Morganite	Blanco	Vertical	x		X			X	X	
02/01/2020	https://n9.cl/nq441t	Morganite	Blanco	Horizontal		X	X			X		X
03/02/2020	https://n9.cl/y4a4l	Morganite	Blanco	Vertical	X		X		X		X	
04/02/2020	https://n9.cl/td3wp	Morganite	Mixto	Vertical	X		X			X		X
05/02/2020	https://n9.cl/pyjjh	Morganite	Blanco	Vertical	X		X		X		X	
06/02/2020	https://n9.cl/qstevg	Morganite	Blanco	Vertical	X			X			X	X
07/02/2020	https://n9.cl/5ilkm	Morganite	Blanco	Mixto	X		X			X	X	
08/02/2020	https://n9.cl/hrqfw	Morganite	Blanco	Horizontal	X		X			X	X	
09/02/2020	https://n9.cl/ukw4r	Morganite	Blanco	Vertical	X			X		X		X
10/02/2020	https://n9.cl/vneq90	Morganite	Blanco	Vertical	X		X		X		X	
11/02/2020	https://n9.cl/mixy4u	Morganite	Mixto	Vertical	X		X			X		X
12/02/2020	https://n9.cl/qrt83tr	Morganite	Blanco	Vertical	X		X		X		X	
13/02/2020	https://n9.cl/050h3	Morganite	Blanco	Horizontal		X	X			X	X	
14/02/2020	https://n9.cl/pny3f	Morganite	Blanco	Vertical	X		X			X	X	
15/02/2020	https://n9.cl/an10h	Morganite	Rojo	Horizontal	X		X		X		X	
16/02/2020		Morganite										
17/02/2020	https://n9.cl/60gqz5	Morganite	Blanco	Horizontal	X		X		X		X	
18/02/2020	https://n9.cl/g8imp	Morganite	Mixto	Horizontal	X		X		X			X
19/02/2020	https://n9.cl/1y1nt	Morganite	Blanco	Vertical	X			X		X		X
20/02/2020	https://n9.cl/05qgiq	Morganite	Blanco	Mixto	X		X			X	X	

21/02/2020	https://n9.cl/snt0s	Morg anite	Blanco	Horizontal	X	X	X			X	X	
22/02/2020	https://n9.cl/ophzm	Morg anite	Amarillo	Vertical	X		X			X		X
23/02/2020	https://n9.cl/is2amx	Morg anite	Mixto	Horizontal	X	X	X		X		X	
24/02/2020	https://n9.cl/kkb1s	Morg anite	Blanco	Horizontal	X		X		X		X	
25/02/2020	https://n9.cl/hzhbh	Morg anite	Rojo	Vertical		X	X			X	X	
26/02/2020	https://n9.cl/0fdtew	Morg anite	Mixto	Horizontal	X		X		X		X	
27/02/2020	https://n9.cl/hzhbh	Morg anite	Blanco	Horizontal	X		X			X	X	
28/02/2020	https://n9.cl/3qf8u	Morg anite	Blanco	Vertical	X		X		X		X	
29/02/2020	https://n9.cl/jrff0	Morg anite	Mixto	Vertical	X		X		X		X	

Marzo 2020

FECHA	LINK	TITULARES			IMAGEN		TAMAÑO DE LETRA		TIPO DE PORTADA		TIPOS DE TITULARES	
		Tipo	Color	Posición	Fotos	Infografías	Grande	Pequeño	Amarillismo	Blanquista	Expresivo	Informativo
01/03/2020	https://n9.cl/zvtuv	Morg anite	Negro	Horizontal	X	X	X		X		X	
02/03/2020	https://n9.cl/l633kb	Morg anite	Blanco	Horizontal	X		X		X			X
03/03/2020	https://n9.cl/yw92y	Morg anite	Blanco	Vertical	X		X		X		X	
04/03/2020	https://n9.cl/3nzvz	Morg anite	Mixto	Vertical	X		X			X	X	
05/03/2020	https://n9.cl/bk2vs1	Morg anite	Mixto	Horizontal	X		X			X	X	
06/03/2020	https://n9.cl/kq5me	Morg anite	Blanco	Vertical	X		X			X		X
07/03/2020	https://n9.cl/9giicp	Morg anite	Mixto	Horizontal	X		X		X	X	X	
08/03/2020	https://n9.cl/vq4bw	Morg anite	Blanco	Horizontal	X		X			X		X
09/03/2020	https://n9.cl/zvtuv	Morg anite	Blanco	Vertical	X		X		X		X	
10/03/2020	https://n9.cl/aswpi	Morg anite	Blanco	Horizontal	X		X			X	X	

11/03/2020	https://n9.cl/49oxw	Morg anite	Blanco	Vertical	X		X			X		X
12/03/2020	https://n9.cl/8uhpar	Morg anite	Blanco	Horizontal	X		X			X	X	
13/03/2020	https://n9.cl/ossbi	Morg anite	Mixto	Horizontal	X		X		X		X	
14/03/2020	https://n9.cl/5omp1	Morg anite	Mixto	Vertical		X	X			X	X	
15/03/2020	https://n9.cl/0m8x8	Morg anite	Blanco	Horizontal	X		X			X		X
16/03/2020	https://n9.cl/g0i537	Morg anite	Blanco	Mixto	X		X		X		X	
17/03/2020	https://n9.cl/zvtuv	Morg anite	Mixto	Vertical	X		X		X		X	
18/03/2020	https://n9.cl/08ppz	Morg anite	Blanco	Mixto	X		X		X		X	
19/03/2020	https://n9.cl/ys10d	Morg anite	Amarillo	Horizontal	X	X		X		X	X	
20/03/2020	https://n9.cl/vjlelm	Morg anite	Blanco	Vertical	X		X			X		X
21/03/2020	https://n9.cl/698wn	Morg anite	Negro	Horizontal	X	X	X			X		X
22/03/2020	https://n9.cl/za3kw	Morg anite	Rojo	Horizontal	X	X	X		X		X	
23/03/2020	https://n9.cl/cg5p4	Morg anite	Blanco	X		X	X			X		X
24/03/2020	https://n9.cl/3hvpw	Morg anite	Mixto	Vertical	X		X		X		X	
25/03/2020	https://n9.cl/9x7o3	Morg anite	Mixto	Mixto	X		X	X	X			X
26/03/2020	https://n9.cl/cusoq	Morg anite	Mixto	Horizontal	X	X	X			X		X
27/03/2020	https://n9.cl/p335n	Morg anite	Blanco	Vertical	X	X	X			X		X
28/03/2020	https://n9.cl/p2vm0	Morg anite	Blanco	Horizontal	X		X			X		X
29/03/2020	https://n9.cl/p2z55m	Morg anite	Blanco	Vertical		X		X		X		X
30/03/2020	https://n9.cl/c5652m	Morg anite	Blanco	Mixto	X		X		X		X	
31/03/2020	https://n9.cl/q03nx	Morg anite	Mixto	Mixto	X	X	X		X		X	

Fuente: Diario Extra

Elaborado por: Paola Guamán

4.1.1. RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN.

En este apartado se logra apreciar los resultados cuantitativos obtenidos de la matriz de análisis de contenido, que se realizó a las diversas portadas digitales publicadas en la red social Facebook de Diario Extra.

Tabla 7. Número de publicaciones.

MES	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo
Numero de portadas	30	28	31	31	28	31
Amarillismo	18	17	18	17	12	13
Blanquista	12	11	13	14	16	18
Expresivo	16	17	22	25	20	18
Informativo	14	11	9	6	8	13

Fuente: Diario Extra / Elaboración: Paola Guamán

Gráfico 1: Mes de Octubre



- **Análisis**

Se determinó el periodo octubre 2019 hasta marzo 2020 para investigar y analizar sobre los contenidos publicados en las portadas de las plataformas digitales diario Extra, en el mes de octubre se encontró un total de 30 publicaciones realizadas, con respecto al tema de investigación, El amarillismo lidera con 30%, seguido Blanquista 20%, notas expresivas con 27% y lo informativo con un 23%.

- **Interpretación**

En base a los resultados obtenidos se puede apreciar que en el mes de octubre existió más publicaciones amarillistas con titulares más expresivos que informativos, las imágenes aún siguen provocando morbo, aunque algunas distorsionadas siguen manteniendo el interés del lector en dichas fotografías publicadas.

Gráfico 2: mes de Noviembre



- **Análisis**

En el presente mes se obtuvo un total de 28 publicaciones, donde se evidencia que el 30% de contenido en las portadas con amarillistas con titulares expresivos, con un 20% blanquista y 20% titulares netamente informativos.

- **Interpretación**

De acuerdo con los resultados obtenidos durante el mes de noviembre donde se tienen menos publicaciones de la plataforma digital se evidencia contenidos amarillistas donde en días específicos como lunes se muestran imágenes de modelos y demás fotografías como accidentes sin distorsionar o cubrir los rostros de quienes se encuentran involucrados.

Gráfico 3: Mes de Diciembre



- **Análisis**

Al mes de diciembre se sigue observando que en los contenidos publicados sigue liderando el estilo amarillista con 29% y el blanquismo obtiene el 21%, con titulares más expresivos con el 35%, y titulares informativos apenas con 15% de un total de 31 publicaciones.

- **Interpretación**

De acuerdo con los resultados obtenidos se puede apreciar que una vez más en dicho mes aún se aprecia contenido fuerte un mes donde se dio a notar más accidentes de tránsito por el cual se observa más publicación con fotografías un poco fuertes y utiliza colores como el rojo que hace ser la portada más llamativa o tentadora.

Gráfico 4: Mes de Enero



- **Análisis**

Con un total de 31 publicaciones en el mes de enero se puede apreciar que el blanquismo toma mayor posición con 23% de igual forma el amarillismo lidera con el 27%, tomando en cuenta que esta fecha los titulares son más expresivos con un 40% y titulares con apenas un 10%.

- **Interpretación**

En base a los resultados obtenidos en la matriz de análisis de contenido podemos decir que en estas fechas ya se van disminuyendo los contenidos amarillistas, las imágenes en las portadas son más discretas, sin embargo, aún existe días donde se publican fotografías un poco exageradas y crónica roja.

Gráfico 5: Mes de Febrero



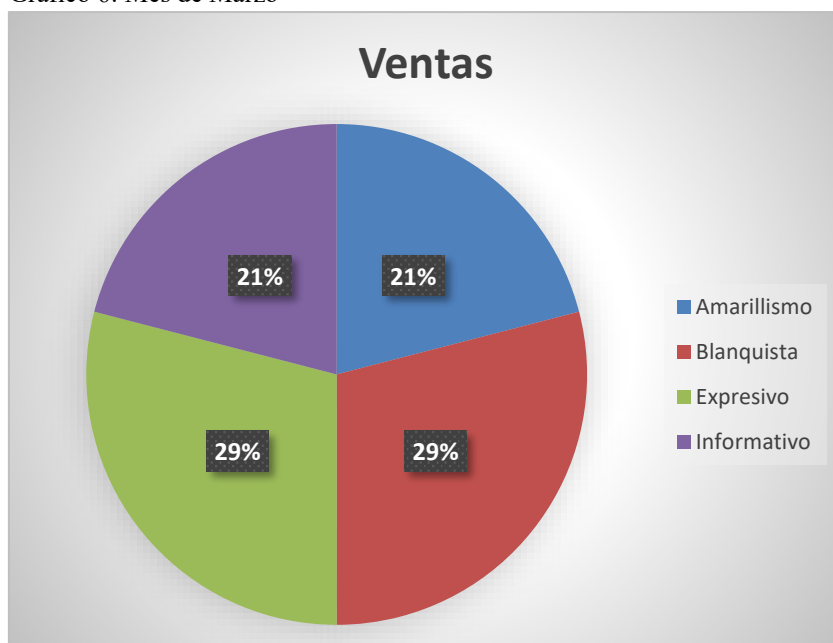
- **Análisis**

En base a lo investigado y recopilado información en las publicaciones realizadas en el mes de febrero se obtuvo los siguientes resultados, 24% de publicaciones son amarillismo, el 33% estilo blanquista con un 41% titulares expresivos y con apenas el 2% titulares informativos.

- **Interpretación**

Con un total de 28 publicaciones, los resultados obtenidos en este mes es que las publicaciones son más neutras, fotografías menos sangrientas y provocativas, notas mucha más interesantes para el lector menos crónica roja.

Gráfico 6: Mes de Marzo



- **Análisis**

En base a la investigación realizada en el mes de marzo se obtiene 31 publicaciones en las plataformas digitales, donde se observa que las publicaciones son un 29% blanquista, 21% amarillismo, con titulares expresivos con un total de 29% y titulares informativos con un 21%.

- **Interpretación**

De acuerdo con los datos obtenidos se puede apreciar que los contenidos publicados ahora lideran el blanquismo sin embargo sus titulares aún siguen siendo coloquiales, llamativos y los colores utilizados son más el rojo y el amarillo, los contenidos publicados son más de interés público y menos crónica roja.

4.1.2. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE ENTREVISTAS

Tabla 8. Datos de los entrevistados.

CODIGO	ENTREVISTADO	CARGO QUE DESEMPEÑA
R. G	Mags. Raúl Guevara	Director de comunicación social e institucional / municipio de morona, community manager / consorcio de municipios amazónicos y galápagos, analista provincial de comunicación social.
C. O	Abg. Carlos Ojeda Tustón	Lector
P.A	Lcdo. Peter Aguirre	Editor General y Director a cargo de Diario Extra

Tabla 9. Matriz de las respuestas a las entrevistas.

PREGUNTA	Lcdo. PETER AGUIRRE	Abg. CARLOS OJEDA	Mgs. RAÚL GUEVARA	ANÁLISIS
1.- ¿Qué criterios considera que utiliza el Diario Extra para seleccionar las noticias que aparecen en su	EXTRA prioriza noticias de alto impacto, interés popular y cercanía con la vida cotidiana de los ecuatorianos.	El diario extra considera el morbo social, con esto digo que las personas estamos acostumbrados a que nos llama	El Diario Extra es el medio de comunicación más leído del Ecuador, que difunde noticias de alto impacto emocional y social, dando	En base a la pregunta realizada en la entrevista, se puede mencionar que el contenido de alto impacto emocional es lo

portada digital?	También influye el potencial de interacción y lectura en plataformas digitales.	la atención la crónica, la violencia entre otras cosas de impacto social	prioridad a temas de crónica roja, farándula u problemas cotidianos. Además, suele elegir contenidos que generen curiosidad inmediata y atraigan gran cantidad de visitas en plataformas digitales. La actualidad, el impacto visual y el interés popular parecen ser factores clave en la selección de noticias. No estoy de acuerdo con el consumismo comunicacional, pero al final, eso es lo que vende.	que se vende por que atrae al lector lo que nos lleva al consumismo comunicacional.
2.- ¿Considera	Sí. La portada	No consideró,	Sí, en cierta	Los contenidos

que la portada refleja las problemáticas más relevantes de la sociedad ecuatoriana? Explique	suele reflejar temas como inseguridad, violencia, crisis económica, problemas comunitarios, coyuntura política y hechos que generan conversación social, desde una mirada popular.	debido que muchos de sus portadas van enfocados en muertes y desgracias, cuando lo debido sería la situación política, social, seguridad, salud, económica y entre otros temas de intereses nacional	medida refleja problemáticas reales del Ecuador, especialmente inseguridad, violencia, pobreza, accidentes y conflictos sociales. Sin embargo, muchas veces la cobertura se enfoca más en hechos impactantes que en análisis profundos de temas estructurales como educación, salud, economía o políticas públicas. Por ello, la realidad se presenta desde una perspectiva más emocional y sensacionalista.	publicados en las portadas son seleccionados en base al impacto emocional que se puede generar en los lectores, las personas entrevistadas llegan a una misma conclusión que es la importancia de llegar al lector.
--	---	---	---	--

3.- ¿Qué tipo de lenguaje (formal, coloquial, sensacionalista, etc.) identifica en las noticias?	Predomina un lenguaje coloquial, directo y popular, con titulares impactantes orientados a captar rápidamente la atención del lector.	Se identifica que en el diario Extra utilizan el lenguaje coloquial debido a que es un lenguaje que no pasa desapercibido, es un lenguaje común al cual estamos acostumbrados muchos en el país.	Predomina un lenguaje coloquial y sensacionalista. Los titulares suelen usar expresiones populares, palabras llamativas y frases impactantes para captar rápidamente la atención del lector. También se utilizan recursos emocionales y dramáticos que acercan la noticia al lenguaje cotidiano de gran parte de la población.	En base a la pregunta Diario Extra utiliza el lenguaje coloquial y amarillista ya que de esta manera se puede llegar de manera más directa a sus lectores, a diferencia de si se utilizara términos más técnicos.
4.- ¿De qué manera los titulares influyen en su interés por leer la noticia completa?	Los titulares son clave porque despiertan curiosidad e impacto emocional. En	De manera inicial al momento que distorsionan un poco la verdad o exageran con la tinta en sus	Los titulares están diseñados para despertar curiosidad, sorpresa o impacto emocional, por	Los titulares siempre van a ser la carta de presentación de los medios de comunicación, para esto

	digital son fundamentales para atraer clics y lecturas, pero siempre fiel a los hechos.	portadas o el color en las portadas digitales.	eso tienen un alto grado de influencia. Por ejemplo, las frases exageradas o incompletas que motivan al lector a ingresar a la noticia para conocer más detalles. Esto incrementa el interés y el número de visitas al portal digital.	también se debe manejar estrategias, parámetros como el tamaño, el color y la tipografía.
5.- ¿Qué papel cumplen las imágenes en la construcción del mensaje informativo?	Las imágenes complementan la noticia y ayudan a transmitir emociones, contexto e impacto de forma inmediata.	La función que cumplen dichas imágenes es captar la atención de los lectores por esa razón tiene mucho morbo en sus imágenes	Las imágenes complementan y refuerzan el impacto del titular, lo cual es muy fundamental. En muchos casos, la fotografía transmite emociones más fuertes que el propio texto y ayuda a captar la atención	Las imágenes al igual que los titulares son una pieza fundamental dentro de los contenidos que se publica ya sean en las portadas o en el desarrollo de la noticia y causan más impacto aun en lo digital.

			inmediata del lector. Una buena imagen dice mucho más que las palabras. También sirven para contextualizar los hechos y generar cercanía con la noticia.	
6.- ¿Qué impacto generan los elementos visuales en su percepción de la noticia?	Los elementos visuales aumentan la sensación de impacto, urgencia o dramatismo y ayudan a captar la atención del usuario.	Distracción, debido a que si nos ponemos a leer una noticia y posterior nos cruza una imagen como las que suele poner diario extra, la observamos de inmediato	Los elementos visuales generan una percepción más intensa y emocional de la noticia. Fotografías de violencia, accidentes o escenas dramáticas pueden provocar preocupación, miedo, tristeza o sorpresa. Además, influyen en la manera en que	Los elementos visuales generan un alto impacto en sus lectores ya que son un gran complemento dentro del desarrollo de una información ya sea su presentación físico o digital y los medios aprovechan al máximo este recurso.

			el lector interpreta la gravedad de los hechos.	
7.- ¿Considera que las imágenes refuerzan, distorsionan o exageran la información? ¿Por qué?	Generalmente refuerzan el contenido informativo, aunque en ciertos casos pueden aumentar la carga emocional por el estilo de la prensa popular. No publicamos imágenes crudas.	Claramente las imágenes exageran la información y a su vez la distorsionan no siempre reflejan la imagen con el texto a leer	Considero que, en la mayoría de casos, las imágenes refuerzan la información porque ayudan a evidenciar lo ocurrido. Sin embargo, también pueden exagerar el impacto de la noticia cuando se seleccionan fotografías muy fuertes o se presentan de manera sensacionalista. Esto puede provocar una percepción más alarmante de la realidad.	En varias ocasiones las imágenes pueden llegar a distorsionar la información por lo exagerado o de un ángulo que llama más la atención, muchas veces las noticias son menos de lo que muestra las imágenes.
8.- ¿Considera que la información presentada es	Como todo medio, EXTRA tiene una línea editorial	Presenta sesgos, debido a que el texto no siempre	En la mayoría de casos, la información es sesgada,	Se puede decir que ponerle más drama a una nota

objetiva o presenta sesgos? Explique.	enfocada en temas de interés popular, lo que influye en la selección y tratamiento de las noticias. Es objetiva, se verifica y se contrasta con todas las fuentes para que los usuarios cuenten con todas las herramientas visiones posibles de los hechos.	tiene coherencia con los titulares y mucho menos con sus imágenes	principalmente hacia el impacto emocional y el entretenimiento . Aunque los hechos pueden ser reales, la manera en que se redactan los titulares y se seleccionan las imágenes influye en la percepción del lector. Existe una tendencia a priorizar noticias negativas o dramáticas porque generan mayor audiencia.	informativa o a una titular llega a ser más rentable para un medio, diario Extra recalca siempre verificar y contrastar con todas las fuentes para darle un buen tratamiento a la noticia.
9.- ¿Qué tipo de emociones le generan las noticias de la portada digital?	Suelen generar impacto, preocupación, curiosidad, sorpresa o entretenimiento , dependiendo del tema.	Curiosidad por el texto de la noticia.	Las noticias suelen generar emociones como miedo, preocupación, tristeza, indignación y sorpresa. En algunos casos	Las emociones que desatan en el lector son diversas, estas dependen del tema que le cause mayor interés por eso dice que como

			también producen curiosidad o entretenimiento , especialmente en temas de farándula o historias insólitas. El enfoque emocional es una característica importante del medio.	medio de comunicación conlleva mucha responsabilidad .
10.- ¿Cree que la portada digital contribuye a informar o a entretener? Argumente.	Cumple ambas funciones, informa sobre hechos de actualidad y al mismo tiempo utiliza recursos visuales y narrativos orientados al entretenimiento digital. Espero haberla ayudado.	Informativa, por los acontecimientos del día a día del país y de cierta manera entretenida por los mismos sucesos.	La portada digital cumple ambas funciones, pero con una fuerte inclinación hacia el entretenimiento y el impacto emocional. Aunque informa sobre hechos de actualidad, utiliza estrategias visuales y narrativas que	La portada informa de manera ligera, es más bien como un enganche para poder interesarse en lo que hay dentro de ese pequeño párrafo que se presenta en la portada, además entretiene al lector. De igual manera esta llega a ser una

			buscan captar audiencia rápidamente. Esto hace que la información sea más atractiva para el público, aunque en ocasiones puede reducir la profundidad y objetividad del contenido periodístico.	estrategia de venta.
--	--	--	---	-----------------------------

Elaborado por: Paola Guamán

4.2 DISCUSION DE RESULTADOS

Para poder obtener estos resultados se utilizó varias técnicas; la primera se trata de la matriz de análisis de contenido en la cual se estableció algunos parámetros que determinen la aplicación dentro de lo dispuesto de la Constitución en el manejo de la información, para aquello lo que se tomó en cuenta son las portadas publicadas en las plataformas digitales de diario Extra donde se tomó en cuenta los siguientes parámetros ((tipo, color, posición), Imagen (fotografía, ilustración), Tipos de portadas, Tipos de titulares (expresivo, informativo)). Como segunda técnica se realizó entrevistas a periodistas del medio de comunicación, un periodista independiente y un lector.

Es importante reconocer que diario Extra si utiliza ciertos mecanismos para captar el interés del lector mismo que son considerados como características de un medio amarillista o sensacionalista como el uso de titulares extenso con letras grandes, fotografías e infografías bastante llamativas, Raúl Guevara, menciona en la entrevista realizada, “Los titulares están diseñados para despertar curiosidad, sorpresa o impacto emocional, por eso tienen un alto grado de influencia. Por ejemplo, las frases exageradas o incompletas que motivan al lector a ingresar a la noticia para conocer más detalles. Esto incrementa el interés y el número de visitas al portal digital”.

Dentro de la vida cotidiana de un ciudadano los medios de comunicación cumplen un rol muy importante; como tal debe ser un actor que informe a la sociedad sobre lo que ocurre a su alrededor, además puede contribuir al diálogo entre las partes interesadas sin manipulaciones o presiones, estos pueden actuar como agentes de prevención o mediación pero también pueden jugar del otro papel corren el riesgo de encabezar conflictos o fomentar la violencia en el caso de no majear la información con imparcialidad e incluso perder credibilidad.

Como menciona Raúl Guevara, Las noticias suelen generar emociones como miedo, preocupación, tristeza, indignación y sorpresa. En algunos casos también producen curiosidad o entretenimiento, especialmente en temas de farándula o historias insólitas. El enfoque emocional es una característica importante del medio. (Raúl Guevara, Ecuador, 2026).

Una vez analizado los contenidos publicado en la plataforma digital como es Facebook se puede apreciar que dentro de los meses seleccionados como periodo para la investigación se observa que no cumplen en su totalidad con lo dispuesto dentro de la constitución, aun se puede observar imágenes de hechos violentos que incitan al morbo, en otras imágenes se observa un poco distorsionadas pero si logra que la imaginación del lector se enganche en dicha nota o fotografía, de igual manera con sus titulares con un lenguaje coloquial lo que sí se puede mencionar es que no existe manipulación de información ni tendencias, es importante recalcar que en el mes de febrero y marzo el contenido publicado en las portadas el estilo amarillista ocupa menos espacio, las fotografías son más moderadas, los colores varían más entre el blanco y celeste. Peter Aguirre, mencionó, “Como todo medio, EXTRA tiene una línea editorial enfocada en temas de interés popular, lo que influye en la selección y tratamiento de las noticias. Es objetiva, se verifica y se contrasta con todas las fuentes para

que los usuarios cuenten con todas las herramientas visiones posibles de los hechos.”

Es importante el buen manejo de los contenidos con los que se va a llegar al lector ya que estos aspectos abarcan la responsabilidad con la sociedad, además es transcendental mencionar que los medios deberían siempre enfocarse en la contrastación de la información, verificación de datos, el compromiso con la verdad y el respeto para quienes están involucrados en algunas de las notas de crónica roja que diario Extra selecciona para ubicarlos como portada y poder captar el interés y atención de sus lectores, mostrar imparcialidad y más con temas de conflicto social.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES.

- ✓ Una vez investigado y analizando la opinión de los profesionales de la comunicación y el lector, se concluyó que diario Extra utiliza estrategias como imágenes de alto impacto, titulares con tamaños exagerados y colores bastante llamativos para captar la atención de la sociedad, muchas veces seleccionan los temas en base a lo que puede llegar a impactar en cuanto al sentimiento del lector y de esta manera poder tener ventas exitosas.
- ✓ Es importante mencionar que el estilo de las portadas de la web guardar cierta diferencia del estilo popular del impreso, esto debido a que los medios digitales cuentan con más lectores a diferencia de lo impreso. Es importante tomar en cuenta que las publicaciones digitales son fundamentales para atraer clics y lecturas, pero siempre fiel a los hechos, en la web es aún más importa siempre mostrar la verdad, en los últimos tiempos la información que se publica de medios digitales llegan a generar dudas debido a mucha fake news.
- ✓ En el análisis de los contenidos publicados en las portadas de las plataformas digitales diario Extra, se puede recalcar que, si se manejan dentro del estilo amarillista, esto debido a que diario Extra utiliza en su mayoría titulares de 5 a 10 caracteres, el tamaño de la letra N14, el estilo de fuente negrita y sus colores de fondo como el rojo, negro o amarillo hace que sea mucho más sencillo captar la atención del lector, además es importante recalcar que colocar temas de crónica roja es una estrategia sin fin.
- ✓ Finalmente, una vez conocido la opinión de los entrevistados y basándonos en los resultados del análisis de contenidos se realiza el manual para resaltar las especificaciones de técnicas y diseño periodístico donde se puede resaltar una manera adecuada de realizar una portada sin afectar a quienes publican las notas informativas

5.2. RECOMENDACIONES

El medio de comunicación analizado debe mantenerse bajo los parámetros del ejercicio profesional, ética periodística y sobre todo respetar el derecho constitucional de las personas el derecho a la privacidad, así mismo asegurarse de mantener siempre la responsabilidad e imparcialidad en todos los temas a publicar, para todo esto no solos es necesario poseer un título profesional dentro de la comunicación sino más bien tener vocación y pasión para mantener la credibilidad.

Es importante que el medio de comunicación considere las imágenes de alto impacto no publicar de manera continua en un tamaño muy exagerado, es importante también respetar los sentimientos de las personas involucradas en los hechos que se suscitan, sin embargo, se considera necesario respetar su línea editorial dado que el lector busca en las publicaciones un manejo correcto de la información y que estas cumplan con todos los parámetros que debe tener una portada evitando fomentar el miedo en la sociedad.

Adecuar estrategias de comunicación para las portadas en la plataforma digital mostrando la realidad desde un punto de vista estructurado y menos sensacionalista. Evitar manipular los sentimientos del lector para poder conseguir más clics o más ventas, se debe respetar la ética profesional esto debido a la responsabilidad que tiene el medio de comunicación con la sociedad.

CAPITULO VI

6. MARCO PROPOSITIVO

6.1. CONSTRUCCION DE UN MANUAL PARA RESALTAR LAS ESPECIFICACIONES DE TÉCNICAS Y DISEÑO PERIODÍSTICO

El manual para resaltar las especificaciones de técnicas y diseño periodístico es un elemento fundamental para complementar el trabajo de investigación, dentro de esto poder mencionar las normas que se debe seguir en el trabajo periodístico y la edición de las portadas de los medios de comunicación publicadas en las plataformas digitales.

Este trabajo de investigación ha sido elaborado y sustentado para apoyar el trabajo de los docentes, estudiantes de la Universidad Nacional de Chimborazo y periodistas, diseñadores y editores de los medios impresos.

El presente manual se trata de una guía sencilla y ordenada; donde especificaremos ciertos puntos a tomar en consideración para solucionar o recordar a las personas que redactan y editan las portadas para evitar caer en el sensacionalismo.

Al seguir las indicaciones mencionadas en el siguiente manual por parte de los editores y diseñadores su ayudará a complementar y manejar de mejor manera el contenido que si sea de interés del lector y sobre todo garantizar la confianza del lector.

6.1.1 Objetivos

6.1.1.2. Objetivo General:

Fomentar criterios de diseño de portadas y especificaciones técnicas para la creación de contenidos informativos de calidad.

6.1.1.3. Objetivos Específicos:

- Fortalecer la selección de contenidos del medio.
- Mejorar la creación de contenidos para las plataformas digitales.
- Garantizar los criterios de presentación y selección de contenidos.

6.1.2. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.2. CARACTERISTICAS PARA LA ELABORACION DE UNA PORTADA

6.2.1 Principios del diseño

- **Equilibrio:** se debe distribuir imágenes, textos, espacios en blanco para forjar armonía.
- **Claridad:** toda información se debe presentar de forma clara y comprensible sin

usar términos técnicos.

- **Jerarquía:** todo elemento se debe organizar según el nivel de importancia.
- **Gráficos/ imágenes:** los productos visuales deben tener coherencia mediante colores, tipografías y estilos que se rigen a la línea editorial de cada medio.

6.3. Elementos del diseño

- **Cabecera o logotipo:** Nombre identificativo del medio, se debe siempre mantener en el mismo estilo, tamaño y diseño.
- **Cintillo o fecha:** Siempre ubicado sobre la cabecera, debe incluir fecha, número de edición y año.
- **Selección de noticias:** las noticias más relevantes, que sea de interés de todos lectores, jóvenes, adultos y adultos mayores.
- **Noticia principal:** Acompañado de una imagen que sea visible y ángulo acorde a los hechos.
- **Impacto fotográfico:** La imagen debe ser el ancla visual, utiliza fotografías que transmitan emociones y mantenga el equilibrio formal con el resto de la portada.
- **Cuidado Tipográfico:** Cuidar de no utilizar más de dos fuentes, preservar el tamaño, reservando el más grande para los titulares y con número legible para los sumarios.
- **Color:** Utilizar una paleta de colores acorde a la línea editorial, en especial el color blanco y negro. Evitar utilizar muchos y sobre todo colores muy fuertes.
- **Espacio entre contenido:** Mantener espacios prudentes para diferenciar uno contenido de otro.
- **Número de contenido:** El número que, de contenido plasmado en las portadas, puede ser alrededor de 6.

6.4. Producción de contenidos digitales:

Facebook

Imagen: 1200 x 630 px

Texto corto y directo.

Adaptado para celulares, tablets.

6.5. Control de calidad:

Antes de publicar información tome en cuenta:

Ortografía

Gramática

Calidad de imagen

Información contrastada

Adaptación a diferentes tipos móviles

6.6. CONCLUSIONES

Poner en práctica las especificaciones de técnicas y de diseño plasmadas en el manual para fortalecer la calidad del medio y de esta manera garantizar la experiencia de la lectura y confiabilidad del lector hacia el medio en el entorno digital.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguaded, J. I. (2012). La educomunicación: una apuesta de mañana, necesaria para hoy. España: Aularia.
- Aguado Terrón, J. M. (2004). Introducción a las teorías de la información y la Comunicación. Universidad de Murcia. Recuperado el 22 de 03 de 2022, de [20\(20\)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf](#)
- Agudo, J. (2004). Introducción a las Teorías de la información y la comunicación. Universidad de Murcia. Recuperado el 22 de 03 de 2022, de [20\(20\)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf](#)
- Alsina, R. M. (2003). Teorías de la Comunicación: Ámbitos, métodos y perspectivas. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado el 25 de 01 de 2003, de <https://sociologiadelacomunicacionucab.files.wordpress.com/2015/10/teorias-de-la-comunicacion-ambitos-metodos-y-perspectivas.pdf>
- Andrew Haslam, P. B. (2005). Tipografía. Función, forma y diseño. (p.) Recuperado el 15 de 03 de 2022, de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/>
- Arano, C. G. (septiembre de 2020). El diseño como una necesidad interdisciplinar. Una reflexión desde la academia. Recuperado el 21 de 03 de 2022, de Universidad Autónoma de México: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-49642020000200077
- Brönstrup, C., Godoi, E., & Ribeiro, A. (diciembre de 2027). Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional. Recuperado el 23 de enero de 2022, de Signo y pensamientos: <https://www.redalyc.org/pdf/860/86005104.pdf>
- Cachero, A. P. (julio de 2009). Funcionalismo y criticismo como actitudes ideológicas en la Teoría de. (R. A. FEDERACIÓN, Ed.) Recuperado el 25 de 01 de 2022, de Diálogos de la comunicación: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/57071/FuncionalismoYCriticismoComoActitudesIdeologicasEn719703.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Campos, J. G., & Ribeiro Turato, E. (2009). ANÁLISIS DE CONTENIDO EN INVESTIGACIONES QUE UTILIZAN LA METODOLOGÍA. Latino-am Enfermagem, 03. Recuperado el 09 de febrero de 2022, de <https://www.scielo.br/j/rlae/a/ncc5MZ9hYGGhQXDgXW7sVnb/?format=pdf&lang=es#:tex=t=El%20an%C3%A1lisis%20de%20contenido%20incluye,%20Ft%C3%B3picos%20y%20conceptos%20conocimientos>.
- Davila. (2006). Razonamiento Deductivo. Obtenido de

<https://www.redalyc.org/pdf/761/76109911.pdf>

Extra. (2016). Aniversario de Diario Extra. Guayaquil: Diario Extra.

LOJANO, L. (2021). LAS PLATAFORMAS DIGITALES Y SU PROMOCIÓN, CONSTRUCCIÓN DESDE EL DISEÑO GRÁFICO DE UNA PROPUESTA DE NEGOCIO. Recuperado el 09 de febrero de 2022, de Universidad del Azuay: <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/11031/1/16573.pdf>

Macassi. (2002). La Prensa Amarillista en América Latina. Quito: Chasqui. Marañon, C. (2020). El Periodismo Digital y sus restos en la Sociedad Global. Redalyc.

Pontón. (2008). Crónica Roja en los medios de comunicación ecuatorianos. Quito: URVIO.

Quintanar, I., Romero, E., Tazón, A., & Virumbrales, S. (noviembre de 2019). PERIÓDICO UNIVERSITARIO UCM EN LA WEB 2.0. (A. cultural, Editor) Obtenido de El sensacionalismo en los medios de comunicación: <https://generaciondospuntocero.com/el-sensacionalismo-en-los-medios-de-comunicación/>Ugalde Binda, N., & Balbastre Benavent, F. (2013). Investigación cuantitativa e Investigación cualitativa: buscando las ventajas de las diferentes metodologías de Investigación. Ciencias Económicas,181. Recuperado el 23 de 03 de 2022, de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/12730/11978>

ANEXOS

MATRIZ DE ANALISIS DE CONTENIDO

FECHAS	LINK	TITULARES			IMAGEN		TAMAÑO DE LETRA		TIPO DE PORTADAS		TIPOS DE TITULARES	
		Tipo	Color	Posición	Fotos	Infografías	Grande	Pequeño	Amarillismo	Blanquista	Expresivo	Informativo

MATRIZ DE DATOS DE LOS ENTREVISTADOS

CODIGO	ENTREVISTADO	CARGO QUE DESEMPEÑA

MATRIZ DE RESULTADO DE LA OBSERVACION

MES	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo
Numero de portadas	30	28	31	31	28	31
Amarillismo	18	17	18	17	12	13
Blanquista	12	11	13	14	16	18
Expresivo	16	17	22	25	20	18
Informativo	14	11	9	6	8	13

CUESTIONARIO DE ENTREVISTAS

- 1.- ¿Qué criterios considera que utiliza el Diario Extra para seleccionar las noticias que aparecen en su portada digital?
- 2.- ¿Considera que la portada refleja las problemáticas más relevantes de la sociedad ecuatoriana? Explique
- 3.- ¿Qué tipo de lenguaje (formal, coloquial, sensacionalista, etc.) identifica en las noticias?
- 4.- ¿De qué manera los titulares influyen en su interés por leer la noticia completa?
- 5.- ¿Qué papel cumplen las imágenes en la construcción del mensaje informativo?
- 6.- ¿Qué impacto generan los elementos visuales en su percepción de la noticia?
- 7.- ¿Considera que las imágenes refuerzan, distorsionan o exageran la información? ¿Por qué?
- 8.- ¿Considera que la información presentada es objetiva o presenta sesgos? Explique.
- 9.- ¿Qué tipo de emociones le generan las noticias de la portada digital?
- 10.- ¿Cree que la portada digital contribuye a informar o a entretener? Argumente.