

**UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**



**ESTÉTICA DE LO GROTESCO: ANÁLISIS SIMBÓLICO-  
VISUAL DE DIARIO EL EXTRA**

**TESIS DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE COMUNICADORA  
SOCIAL**

**CARLA FERNANDA DELGADO GUEVARA**

**DIRECTOR: PHD. KAREN INDIRA ANDRADE MENDOZA**

**Quito-Ecuador  
2015**

## **DEDICATORIA**

Para mi madre y padre por los esfuerzos que no terminan y su confianza.

A mis hermanas Elena y Martha por hacer las veces de madre, por el esfuerzo y constancia para convertirme en una mujer adulta.

Para recordarme que puedo hacer lo que me propongo.

## **AGRADECIMIENTOS**

A la Facultad de Comunicación Social por la entrega de conocimientos que me han permitido elaborar esta investigación y su apoyo institucional.

A mi tutora. Karen Andrade, por el trabajo continuo y motivación.

A mis amigos y pareja por la paciencia y espera.

## **AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL**

Yo, Carla Fernanda Delgado Guevara, en calidad de autora del trabajo de investigación o tesis titulada “Estética de lo grotesco: análisis simbólico-visual de Diario El Extra” por la presente autorizo a la UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR a hacer uso de parte o de todos los contenidos del presente que me pertenecen, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autora me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19, además pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su reglamento.

Quito, 7 de septiembre del 2015.



CI. 1725639254  
carla.dg91@gmail.com

## HOJA DE APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

En mi condición de Directora, certifico que la señorita Carla Fernanda Delgado Guevara, ha desarrollado la tesis de grado titulada “Estética de lo grotesco: análisis simbólico-visual de Diario El Extra”, observando las disposiciones institucionales que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo para que la mencionada señorita reproduzca el documento definitivo, presente a las autoridades de la Carrera de Comunicación Social y proceda la exposición de su contenido bajo mi dirección.



Phd. Andrade Mendoza Karen Indira  
Directora

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
AUTORIZACIÓN DE AUTORÍA INTELECTUAL	IV
HOJA DE APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS	V
ÍNDICE DE CONTENIDOS	VI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	VII
ÍNDICE DE ANEXOS	VIII
RESUMEN	X
ABSTRACT	XI
INTRODUCCIÓN	1
JUSTIFICACIÓN	3

## CAPÍTULO 1

### ESTUDIOS PREVIOS SOBRE EL EXTRA Y LO GROTESCO

1.1 Estudios sobre Diario El Extra	4
1.1.1 Estudios de recepción	4
1.1.1.1 Estereotipos	5
1.1.1.2 Miedo	6
1.1. 1.3 Violencia	7
1.1.2 Estudios de producción	9
1.1.3 Estudios de producción y consumo	10
1.1.3.1Responsabilidad de los medios	11
1.2 Estudios sobre lo grotesco	12
1.2.1 Literatura	12
1.2.2 Teatro	12
1.2.3 El cuerpo grotesco	13

## **CAPÍTULO 2**

### **UN ACERCAMIENTO TEÓRICO A LAS CORRIENTES DE COMUNICACIÓN, SEMIÓTICA Y VISUALIDAD**

2.1 Teorías de la comunicación	15
2.1.1 Teoría de la interacción simbólica	15
2.1.2 Teoría de la gestión coordinada del significado	18
2.1.3 Estudios Culturales	21
2.1.4 Teoría del medio	25
2.1.4.1 Prensa	28
2.1.4.2 Sensacionalismo	29
2.2 Teorías de la visualidad	30
2.2.1 Estudios visuales	31
2.2.2 Estética	32
2.2.3 Grotesco	33
2.2.4 Estética de lo grotesco	35
2.2.5 Semiótica de lo visual	36
2.3 Análisis retórico de la imagen	49
2.3.1 Lingüístico	40
2.3.2 Mensaje icónico no codificado	41
2.3.3 Mensaje icónico codificado	41
2.3.3.1 Connotadores para el análisis	42
2.3.3.1.1 Encuadre	42
2.3.3.1.2 Angulación	42
2.3.3.1.3 Color	43
2.3.3.1.4 Proporción del espacio	44
2.3.3.1.5 Edición	44

## CAPÍTULO 3

### ANÁLISIS DE MUESTRAS GRÁFICAS DE DIARIO EL EXTRA

3.1 Metodología	46
3.2 Matriz de análisis	46
3.3 Muestra de análisis	47
3.4 Análisis de portadas	48
3.4.1 Portada 31 de octubre 2014	48
3.4.1.1 Matrices portada 31 de octubre 2014	21
3.4.2 Portada 04 de noviembre 2014	54
3.4.2.1 Matrices portada 04 de noviembre 2014	57
3.4.3 Portada 12 de noviembre 2014	60
3.4.3.1 Matrices portada 12 de noviembre 2014	63
3.4.4 Portada 15 de noviembre 2014	66
3.4.4.1 Matrices portada 15 de noviembre 2014	69
3.5 Análisis de resultados	
3.5.1 Lingüístico	72
3.5.1.1 Denotativo	72
3.5.1.2 Connotativo	73
3.5.2 Mensaje visual	74
3.5.2.1 Icono no codificado	74
3.5.2.1.1 Denotación	74
3.5.2.2 Icono codificado	75
3.5.2.2.1 Connotadores de análisis	75
3.5.2.2.1.1 Planos de encuadre	75
3.5.2.2.1.2 Angulación	75
3.5.2.2.1.3 Color	76
3.5.2.2.1.4 Edición	77
3.5.2.2.1.5 Proporción del espacio	77
3.5.2.2.2 Connotación	78

3.5.3 Estética de lo grotesco y Diario El Extra	79
3.6 Conclusiones y recomendaciones	81
3.6.1 Conclusiones	81
3.6.2 Recomendaciones	83
3.6.2 Bibliografía	84
ÍNDICE DE ANEXOS	
ANEXO 1	
Entrevistas realizadas por Frantz Jaramillo	88
ÍNDICE DE GRÁFICOS	
Portada 31 de octubre 2014	48
Portada 04 de noviembre 2014	54
Portada 12 de noviembre 2014	60
Portada 15 de noviembre 2014	66

Aesthetic of grotesque: symbolic–visual analysis of El Extra newspaper

Estética de lo grotesco: Análisis simbólico-visual de Diario El Extra

### **RESUMEN**

Este trabajo de investigación se centra en la producción visual de Diario El Extra, su objetivo es comprobar si el periódico posee una estética de lo grotesco, definida como un conjunto de elementos visuales caracterizados por la ambigüedad, el lenguaje popular y el cuerpo grotesco.

Para lograr responder la pregunta de investigación se utilizó matrices de análisis basadas en los postulados de Roland Barthes que permitieron comprender la retórica de la imagen e identificar características visuales del diario, en conjunto con entrevistas a editores y periodistas realizadas por Frantz Jaramillo, antropólogo visual.

Diario El Extra tiene una estética de lo grotesco que se visibiliza en sus portadas a través de elementos gráficos como el color, las fotografías e incluso el lenguaje. El grotesco responde a la imagen que tienen editores y periodistas sobre su público y a la línea editorial sensacionalista, esta estética le permite al medio crear un producto para sectores populares.

**PALABRAS CLAVE: DIARIO EL EXTRA / ESTÉTICA/ GROTESCO/ ANÁLISIS SIMBÓLICO-VISUAL**

## **ABSTRACT**

This investigation work is addresses to visual production of El Extra newspaper. The purpose is demonstrating if the newspaper has an esthetic of grotesque, defined as a set of visual elements characterized by ambiguity, popular language and grotesque body.

To respond the investigation question, analysis matrixes were used, based on Roland Barthes' principles, that allowed understand image rhetoric and identify visual characteristics of the newspaper, together with interviews to editors and journalists made by Frantz Jaramillo, visual anthropologist.

El Extra has an aesthetic of grotesque, expressed on covers with graphic elements, such as, color, pictures and even language. Grotesque responds to the image of editors and journalists on their public and the sensationalist editorial line. Such aesthetics allow the mass media creating a product intended to popular sectors.

**KEYWORDS: EL EXTRA NEWSPAPER / AESTHETICS / GROTESQUE / SYMBOLIC-VISUAL ANALYSIS**

## INTRODUCCIÓN

La primera edición de El Extra circuló el 21 de octubre de 1974, en un primer momento este diario era en blanco y negro, y estaba dentro de los periódicos “serios”, que dejaban la crónica roja en últimas páginas. Tiempo después Henry Holguín pasa a ser el editor general y con él, la línea del diario cambia a sensacionalista o llamada línea colombiana en 1988. A partir de ese año el diario se transforma de blanco y negro, al full color. Con asesinatos y cuerpos mutilados en su portada El Extra se convierte en el periódico para el público popular y uno de los más vendidos del país. (Checa Montufar, 2003)

Influenciado por Henry Holguín, el diario tiene como uno de los temas más recurrentes a la violencia, evidenciada en el género crónica roja, el cual incluye el tratamiento de muertes, asesinatos, violaciones etc. Y por ello ha sido objeto de intensos debates dentro de la comunicación en el Ecuador. Estudios que toman la estigmatización, el miedo, los estereotipos, el sensacionalismo entre otros y se han centrado en los efectos que causa en las audiencias, mientras que las investigaciones sobre la fase de producción del medio existen en menor cantidad, por ello el presente estudio se centra en el emisor del mensaje.

Uno de los elementos que es característico de Diario El Extra es su portada, la cual llama la atención por el uso de imágenes fuertes que se enmarcan en la crónica roja y los titulares que con lenguaje popular, mayúsculas y colores llamativos venden miles de periódicos diarios. Esto se produce en las salas de diseño de Diario El Extra, es un grupo humano el que lo construye y por tanto es importante estudiar que los motiva a realizar de esa manera el diario, y que imagen tienen de sus audiencias.

Esta investigación quiere descubrir la estructura y elementos visuales que posee Diario el Extra, pues estos comunican tanto como el discurso lingüístico. Además develar la ilusión sobre la imagen, en especial la fotografía, como espejo de la realidad y así presentarla como un mensaje que es construido con una finalidad. Nuestra hipótesis de trabajo es que Diario El Extra posee una estética de lo grotesco, es decir que tiene una estructura estética determinada relacionada con el cuerpo grotesco, ambigüedad y el lenguaje popular.

Esta investigación es de tipo cualitativa ya que busca comprender al objeto de estudio de una manera no-numérica para ello analizará los diarios El Extra comprendidos entre el 31 de octubre hasta el 20 de noviembre. Una muestra de cuatro portadas se analizarán con una matriz elaborada en base a los textos de Roland Barthes. En el primer capítulo se encuentran estudios anteriores sobre Diario El Extra y lo Grotesco los cuales nos ayudarán a comprender las distintas temáticas que han sido estudiadas alrededor del objeto de estudio y sus alcances para nuestra investigación.

Mientras que el segundo capítulo sentará las bases teóricas que nos permitirán comprender el rol del emisor y receptor, para entender como se logra una interacción en distintos niveles, además de presentar la importancia de la cultura y los medios de comunicación en los emisores, es decir los productores del medio. Finalizaremos con el tercer capítulo, que es el análisis de las portadas de Diario El Extra, que serán complementadas con entrevistas al ex editor Henry Holguín, editores y periodistas del medio, realizadas por Frantz Jaramillo, para llegar a concluir y responder nuestra hipótesis.

## **OBJETIVO GENERAL**

Determinar si Diario El Extra posee una estética de lo grotesco mediante un análisis simbólico visual

### **Objetivos Específicos**

1. Identificar las características de Diario el Extra y cómo representa los hechos de crónica roja.
2. Analizar el proceso y actores que participan en la construcción visual del medio de comunicación.
3. Determinar la relación entre la estética de lo grotesco y Diario El Extra.

Diario El Extra es uno de los medios más polémicos del Ecuador, primero por su presentación de las muertes relacionadas con crónica roja, en segundo lugar por su presentación de la figura femenina, en especial en el “Lunes Sexy”. Investigaciones académicas han confirmado un uso de estereotipos y falta de ética periodística. Su línea sensacionalista, le ha costado incluso algunos juicios por contenido. Pese a ello su propio proceso de desarrollo, así como la nueva ley de comunicación ha hecho que el medio sufra cambios. Esta investigación analizará su presentación actual, lo cual puede colaborar en nuevos procesos académicos alrededor de este objeto de estudio importante para la comunicación en el Ecuador.

## JUSTIFICACIÓN

Diario El Extra ha sido sujeto de debates desde diferentes perspectivas: violencia de género, sensacionalismo, cultura de masas. Se han realizado diversas investigaciones desde el campo de la comunicación. En parte de ellas se ha acusado al medio de comunicación de promover la violencia por su representación sensacionalista, en especial en casos de crónica roja. Temas como estigmatización, discriminación y falta de ética han sido parte de los estudios en nuestro país. Pero también se han presentado otras perspectivas que apelan a la negociación cultural del medio de comunicación con sus públicos y la denuncia que hace al publicar hechos violentos en sitios a los cuales la justicia no llega. Así se ha considerado trascendente analizar la producción del medio de comunicación para ampliar el conocimiento sobre la negociación cultural e interacción entre el medio y su público.

Las investigaciones del medio de comunicación, en parte, utilizan del lenguaje escrito y por ello son del discurso. Nuestro estudio permitirá ampliar los análisis simbólico-visuales, y más específicamente estéticos lo cual podrá dar otras perspectivas sobre el medio de comunicación.

El estudio es realizable puesto que al ser un trabajo de investigación pura, contamos con los recursos académicos, profesionales y humanos necesarios. Es parte del trabajo de titulación, así que poseemos el tiempo necesario para realizarlo a cabalidad. Así como los recursos económicos pertinentes. Es por ello que se puede asegurar que contamos con las condiciones adecuadas para desarrollarlo.

# CAPÍTULO 1

## ESTUDIOS PREVIOS SOBRE DIARIO EL EXTRA Y LO GROTESCO

### 1.1 Estudios sobre Diario El Extra

Diario El Extra ha sido un tema de discusión amplio en las investigaciones en comunicación en el Ecuador. Esto se debe a que es uno de los medios más vendidos del país que pertenece a una línea que practica el sensacionalismo. Temas como violencia, género, estereotipos son parte de las investigaciones las cuales se dividen entre recepción y producción, también existen estudios que integran tanto la producción y el consumo, así como la responsabilidad que tienen los medios. Para el caso de nuestra investigación también analizaremos los estudios alrededor de lo grotesco.

#### 1.1.1 Estudios de recepción

Los estudios de recepción se centran en los efectos que los mensajes de los medios producen en las audiencias. Entre los aportes dentro de los estudios de violencia y medios de comunicación, podemos encontrar a Jenny Pontón, quién tiene diversos estudios sobre el tema en la investigación publicada en URVIO “Crónica roja en los medios de comunicación ecuatorianos: ¿un problema de seguridad ciudadana?” (Pontón, 2008) La autora explica la importancia de estos estudios porque explican los posibles efectos de los medios en la población.

Entre los efectos que encontró Pontón se encuentra la imitación conductual que engloba las siguientes teorías: primero la teoría del ‘modelaje’ (Pontón,2008) la cual sugiere que las personas expuestas a violencia en los medios actúan de manera más violenta es decir que los medios de comunicación tienen una influencia directa sobre los sujetos.

Segundo, la teoría de ‘reforzamiento’, que plantea que la violencia mediática refuerza la tendencia ya existente en receptores y receptoras, es decir que los sujetos ya son violentos en sí, y son los medios los que promueven estos comportamientos, los alientan alimentándolos de mensajes relacionados con el tema.

Tercero, la teoría de ‘catarsis’, que sostiene que, mediante la exposición a la violencia en los medios, los sujetos descargan sus impulsos agresivos sin tener que realizarlos, esta teoría estima incluso que los medios son necesarios para frenar la violencia directa a través de la catarsis que se produce no al realizarla sino al consumirla.

En cuarto lugar la teoría de 'empatía' afirma que la violencia mediática puede reducir la agresividad de los sujetos si se identifican con la víctima de violencia, es decir se puede recurrir a las sensaciones que fueron provocadas a la persona objeto de la violencia, recurrir a el temor de convertirse en la próxima víctima.

La teoría siguiente es de la 'estimulación elemental', que sostiene que lo que verdaderamente determina la violencia del individuo es su grado de estimulación, independientemente del contenido mediático esta teoría confirma la existencia de otras influencias sobre los comportamientos que no necesariamente son los medios de comunicación, es decir la existencia de otros mediadores y finalmente también está la teoría del 'contagio', que plantea que la violencia en los medios provoca un efecto directo sobre la audiencia que se contagia de las conductas violentas que ve en ellos, también esta parte teoría de la idea de la influencia directa de los medios de comunicación (Pontón, 2008, pág. 71 citando a García)

Este estudio nos entrega un panorama amplio sobre las diversas teorías en las que se basan los estudios sobre violencia en los medios de comunicación. Siempre desde la perspectiva del consumo, es decir como las audiencias reciben el mensaje y lo interpretan están influenciadas para realizar determinadas acciones, siendo estas de rechazo, aceptación, imitación etc.

El artículo continúa caracterizando a los medios ecuatorianos, los cuales son en gran parte comerciales con un 90%, lo cual indica una alta influencia del mercado sobre los contenidos, además de estar interconectados entre ellos (radio, televisión y prensa) aunque no tienen el mismo público, si se mantienen en relación, por ello el tratamiento de la violencia es parecido en los diferentes medios y formatos, siendo las diferencias únicamente en forma y no en contenido. Para la autora hay una sobrerrepresentación de la violencia que afecta la calidad de vida de las personas, pues hay un aumento sobre la percepción de la violencia y la inseguridad.

En cuanto a la percepción y recepción otros autores comparten esta conclusión y estudian otras temáticas como estereotipos, violencia o miedo a continuación explicaremos sus conclusiones.

#### **1.1.1.1 Estereotipos**

Gran parte de los estudios sobre Diario El Extra se centran en la creación de estereotipos. Katya Cevallos, por ejemplo, plantea investigar y visualizar la violencia de género, a través de un análisis del discurso para analizar las reproducciones de estereotipos sociales y el efecto al ser transmitido a las audiencias, para ello se centra en los artículos de crónica roja sobre violencia intrafamiliar y de género. Para la investigadora la crónica roja y el sensacionalismo son formas que mecaniza y

legitiman la violencia (Cevallos, 2013) Este texto se centra en la recepción de los mensajes en los públicos, le interesa la relación entre medios de comunicación y la discriminación de género.

En los estudios de género Verónica Endara, otra investigadora centrada en la problemática de la mujer en los medios, tiene como objeto a las trabajadoras sexuales, pero a partir de este caso trata temáticas como la estigmatización y la construcción del otro. El planteamiento es que los medios acentúan ciertos prejuicios y estigmas para mantener el status quo y por tanto el control sobre los sujetos.

Los medios de comunicación en este caso impresos cumplen un rol fundamental en la construcción de procesos discriminatorios. Sobre todo para las mujeres de bajos recursos para ello utiliza una perspectiva de género, pues para la investigación el sujeto estudiando son trabajadoras sexuales que aceptan su trabajo y exigen condiciones adecuadas para realizarlo, pues se enfatiza en separar el concepto de trabajo sexual, del relacionado con la trata de personas y la explotación sexual. (Endara, 2013) Después al igual que otras investigaciones se centra en el tema del sensacionalismo.

María Cargminiani y María Zurita (2011) comparten con el estudio de Endara su énfasis en el sensacionalismo y la conclusión: los medios de comunicación como creadores de estereotipos. En su estudio los sujetos afectados son consumidores de rock, su investigación se centra en el estudio del espectáculo mediático sobre un hecho determinado: el incendio de la discoteca Factory, el cual terminó con 13 muertos durante un concierto de rock. Para ello plantea el concepto de ética periodística y cuestiona al medio desde allí. Concluye después de un análisis morfológico y trabajo de campo que Diario El Extra violó los derechos humanos de los familiares y víctimas, además de un abuso del poder. (María Carmigniani y Pamela Zurita, 2011)

Al tratar estereotipos las investigadoras, han podido concluir a través de estudios de recepción que Diario El Extra construye gracias al sensacionalismo y sus características como el lenguaje coloquial, el uso de adjetivos y las imágenes, estereotipos sobre determinados grupos humanos, mujeres, trabajadoras sexuales, rockeros etc. Y estos estereotipos simplifican el discurso lo que provoca que las audiencias generalicen y creen estigmas.

### **1.1.1.2 Miedo**

Ciertos estudios que se centran en el consumo, establecen que los mensajes que se transmiten pueden afectar a las audiencias creando miedo, temor o aumentar la percepción sobre la delincuencia. Jennifer Ruiz realiza un “Análisis de Discurso, para comprender el fenómeno de la construcción del miedo en las audiencias de Tc televisión y Diario El Extra, por medio de la

crónica roja” (Ruiz, 2010) La autora se centró en la crónica roja como género periodístico y la influencia que tiene sobre los estratos sociales bajos. El estudio tiene como objeto de estudio a Diario El Extra y a TC Televisión. Utilizando herramientas de investigación efectuó una medición del miedo en las audiencias. Concluyendo que el medio tiene credibilidad aunque causa impresión, miedo y dolor, al usar el sensacionalismo cumple por tanto una función la cuál es crear sensaciones sobre las audiencias, y el miedo es una de ellas.

Para Lucia Dammert los medios de comunicación tienen una influencia sobre los individuos en su texto “Violencia, miedos y medios de comunicación: desafíos y oportunidades” (Dammert, 2005) la investigadora determina que los medios tienen tres impactos ampliación, repetición y temor. Es decir que generalmente los medios aportan temor sobre sus audiencias, aunque se aclara que la vinculación entre violencia, temor y medios de comunicación no sea precisa ni clara, es decir que no puede ser una premisa infalible.

Mauro Cerbino comparte esta posición y plantea al iniciar la cuestión del miedo el concepto de “emoción vicaria” que son emociones percibidas por un efecto de contagio, las cuales están estrechamente relacionados con los medios de comunicación, pues las historias que presentan en especial en el caso de crónica roja pueden causar un temor vicario. Cerbino explica que la forma en que los medios trivializan la violencia y la espectacularizan “Retratan de modo violento y excesivo la violencia social” (Cerbino, 2005, p. 13) provocan temor en las audiencias, aunque especifica que los medios no son los únicos responsables de la percepción, pero que son una fuente importante de información para los ecuatorianos.

### **1.1.1.3 Violencia**

Este tema es ciertamente muy amplio en Latinoamérica, por ejemplo encontramos el trabajo de Jorge Bonilla y Camilo Tamayo, titulado “Las violencias en los medios, los medios en las violencias” Esta investigación se centra en el conflicto armado en diferentes países del continente, que aunque no está incluido el Ecuador, si ahonda en el estudio de la “influencia de la violencia mediática en las audiencias, así como la percepción que de ella tienen los públicos” (Jorge Iván Bonilla y Camilo Andrés Tamayo, 2007, p. 13). Para ello recopila diferentes estudios acerca de la violencia y lo medios, clasificándolos por objetivos de estudio y temas que se trata.

Los estudios incluyen el establecimiento de la agenda mediática y su relación con el contexto social y político, que incluiría la capacidad de los medios de ayudar al control social. También incluye la construcción mediática del otro como un sujeto violento al dar una cobertura a los crímenes,

situados en los sectores subalternos, convirtiendo a el otro como el único sujeto que ejerce violencia.

En el caso del Ecuador tenemos el libro que recopila diversas ponencias “La violencia en los medios de comunicación, generación noticiosa y percepción noticiosa” el cual se proponía como un espacio de reflexión, para proponer alternativas en torno a relación medios y violencia. En cuanto a este tema la ponencia de Fabio López de la Roche “Periodismo, medios y percepciones de seguridad en escenarios urbanos” utiliza los procesos de transformación de la ciudad de Bogotá para explicar la relación entre los medios de comunicación y las políticas de seguridad propuestas por el estado. Pero también sobre la relación entre violencia y los sectores populares, que han ayudado a construir los medios.

En esta misma línea se ubica “maniqueísmo y personalización de acontecimientos: El caso Fybeca en el diario El Universo de Guayaquil” en el cual Mauro Cerbino, explica la manera en que este medio ha manejado las noticias sobre ese caso en particular, en primer lugar el autor estima que no hay una profundización que le permita al lector entender el caso con su contexto y complejidades, posteriormente determina que: la personalización que se hace de la historia, para que el lector se sienta identificado con la misma, en el caso de hechos violentos “se construye un tipo de relación personal fundado en la emoción y no solo en lo biográfico o en los valores” (Cerbino, 2005, p. 123) Lo que provoca que las audiencias se mantengan conectadas a la noticia, pero tiende a simplificarla, creando una dicotomía entre bueno y malo.

Álvaro Sierra por otro lado ya plantea que los efectos en las audiencias pueden ser diversos Sierra explica que en el campo de la investigación el debate se resume en dos posiciones: La del plazo corto, es decir efectos inmediatos en el público y la segunda que se ha ocupado por cual es el tipo de efecto que ha causado sobre la población a largo plazo, teniendo como resultado estudios que plantean un efecto de catarsis y otros, la mayoría, de imitación. (Sierra, 2005)

Dentro del trabajo periodístico no sólo se tiene en cuenta la visión del periodista, Sierra, trata las diversas variantes que influyen al generar la noticia, los tipos de violencia, la agenda del medio, el enfoque, las fuentes y la manera en que se informa.

Fernando Carrión en “medios de comunicación: populismo mediático” plantea a nuestras sociedades como inherentes a los medios de comunicación como fuente de información. La comunicación, para Carrión “se construye desde distintas maneras y espacios, siendo los medios formales y masivos los que más aportan a este proceso” (Carrión, 2008, pág. 8) En ese sentido los medios de comunicación ayudan a construir una realidad en torno a la violencia, que según el autor es desde una “perspectiva conflictiva entre el gobierno de la seguridad ciudadana (democrática) y

la óptica penal de mano dura”. (Carrión, 2008, pág. 8) Lo cual en el discurso de los medios, puede caer en la dicotomía de bueno y malo.

Carrión introduce al estudio de la violencia y los medios en el Ecuador el concepto de populismo mediático que está compuesto primero por el hecho violento, pues las noticias negativas tienen más peso que las positivas, segundo el componente de mimesis que se logra gracias al relato personal, el cual permite que la audiencia se identifique y enganche con la noticia. El tercer componente es la inoculación del victimario en el cual se inscribe a la delincuencia como marginal, como parte de ciertos sectores y no como un problema estructural, por último el confinamiento al sobrevalorar el castigo y encierro, los derechos de las víctimas por sobre lo victimarios.

Estos estudios como vemos tratan diferentes temáticas, desde diferentes propuestas teóricas centradas en las audiencias. Si bien la gran parte de estudios determinan que los medios tienen un gran poder sobre las audiencias, existen también lo que relativizan el hecho. A continuación se expondrá los estudios desde la producción para poder comprender cómo se realiza el medio y si estos estudios concuerdan con el de consumo.

### **1.1.2 Estudios de producción**

Los estudios alrededor de la producción implican los procesos que construyen la imagen del medio y la manera en que conciben los medios de comunicación a las audiencias. Frantz Jaramillo centra su investigación en la producción de mensajes de Diario El Extra para ello se estudia al emisor. Utiliza el post-estructuralismo y la antropología visual para entender cómo se producen las imágenes y fotografías.

El autor plantea que “El fenómeno mediático está atravesado por procesos en disputa y negociación y que responden a relaciones de poder, de contexto social, diferencias de construcción y de uso, identidad, clase, género etc.” (Jaramillo, 2012, pág. 8). En el cuál la audiencia está ausente físicamente pero no en las mentes de los emisores, en ese sentido el análisis de quiénes construyen el mensaje permite también descubrir cuál es la imagen que tienen los que participan en el medio sobre sus audiencias.

Para ello aborda la agenda setting, cultura visual, comunicación y etnografía mediática de Extra. (Jaramillo, 2012) El autor concluye que los directores, editores y periodistas de Diario El Extra estiman que son los lectores quienes “quienes ubican cartografías informacionales, por lo tanto, toda producción noticiosa responde al patrimonio de lo que la sociedad desea consumir culturalmente” (Jaramillo, 2012, pg. 43) Es decir, la creación de mensajes por su parte responde en

gran parte a la demanda de sus audiencias identificadas como “pueblo” al cuál ellos también pertenecen.

Mientras que Anabel Masapanta realiza un trabajo de análisis e investigación sobre las noticias de jóvenes y adolescentes publicadas en Diario El Extra. El objetivo de la investigación es identificar como el medio construye la imagen del adolescente como un sujeto peligroso, para ello analiza el lenguaje periodístico de las noticias seleccionadas y mide la frecuencia de las temáticas sobre los adolescentes. (Masapanta, 2013) Este estudio concluye que el medio refuerza la imagen del adolescente como un sujeto peligroso mediante el discurso que utiliza.

El caso más completo de estudio sobre producción es el de Frantz Jaramillo, pues también realiza un producto comunicacional el documental: “Horas Extra” en el cual se puede visibilizar cómo se realiza el periódico. En el film se puede ver que tanto periodistas como editores tienen claro el trabajo que realizan, creen que la violencia se encuentra en las calles y ellos solo cumplen la misión de visibilizarla. Por ello es importante estudiar tanto el fenómeno de la producción y consumo, a continuación se expondrán los estudios más representativos.

### **1.1.3 Estudios de producción y consumo**

Fernando Checa tiene el más significativo estudio en torno al medio de comunicación, muchas de las investigaciones relacionadas con Diario El Extra en Ecuador lo incluyen por ser un documento que trata el problema desde diversas perspectivas. Checa realiza un análisis de la relación entre producción y consumo en el medio. En el caso de la producción incluye la interpretación de los periodistas sobre ética, posición editorial del medio e incluso un análisis sobre el melodrama, que para el autor, es la base de la construcción del diario.

Checa utiliza teorías de la cultura puesto que Diario El Extra ha sido ubicado dentro de cultura popular, incluso el mismo medio define a su público como clase popular o baja. (Checa, 2003) Comparte con Jaramillo la noción de lo mediático con un proceso de negociación entre distintos actores. Aun así explica la visión desde el marketing y como bajo el sensacionalismo se han creado imágenes de los sectores populares que lo han estigmatizado. Además en el caso de consumo también presenta como las audiencias perciben el contenido del medio, entre las que se encuentran el miedo. Aun así Checa considera como otros autores que los medios no son los productores de violencia a través de sus mensajes, aunque tienen una influencia diversa sobre sus audiencias.

En el caso de producción y consumo, existe un conjunto de estudios que amplían la conexión entre estos dos estados para exponer la responsabilidad de los medios sobre los mensajes que producen y que son consumidos por las audiencias.

### **1.1.3.1 Responsabilidad de los medios**

La responsabilidad y la ética son conceptos que atraviesan toda la actividad periodística de los medios de comunicación, tanto en la producción y por tanto en el consumo. Los siguientes autores muestran diferentes panoramas sobre esta cuestión y su cumplimiento.

En la recopilación de Mauro Cerbino existe un apartado titulado: Cobertura y generación de noticias sobre violencia: el problema de la responsabilidad social de los medios de comunicación. (Cerbino, 2005) En él se incluyen textos en los cuales tratan de indagar en la responsabilidad de los medios de comunicación sobre las percepciones de violencia e inseguridad al cubrir estos hechos, entre ellos “Violencias Televisivas” ponencia de César Ricaurte la cual describe la manera en que los medios hacen un espectáculo mediático de las muertes, en el caso más específico de la televisión a quién acusa de convertir en un show todo lo que trasmite. Para ello describe distintos casos en la televisión ecuatoriana. La desinformación, descontextualización y drama son característicos del discurso que manejan. (Ricaurte, 2005) La televisión se convierte entonces en el ente, que al fallar el poder central, visibiliza y al mismo tiempo juzga al criminal, negándole al acusado la réplica. Ayudando así a la creación de estereotipos sobre determinados sectores.

Mientras que Lenin Artieda escribe sobre la crónica roja y la televisión, durante el texto realiza una crítica hacia ciertas posiciones de los estudios e investigaciones, sobre los medios de comunicación y la violencia, en primer lugar determina que la violencia existe en la sociedad y el hecho que sea cubierta por los medios, no implica que eso genere más violencia, pues estos no pueden cubrir todos los hechos violentos que se suscita en nuestro país. Posteriormente confronta la posición de los críticos de medios, pues para Artieda, exigen producción centrada en sus intereses y no se interesan por analizar por qué las audiencias consumen crónica roja. (Artieda, 2005) Este texto presenta una diferencia clara de posición con los anteriores, pues estima que la responsabilidad del medio es mostrar lo que el poder no quiere que sea mostrado sea esto cómodo o incómodo.

Teniendo dos posiciones con respecto a la responsabilidad del medio, la primera de informar y la segunda de realizarlo con ética.

## **1.2 Estudios sobre lo Grotesco**

El Grotesco es un concepto que no ha sido estudiado en relación con Diario El Extra, pero si en sí mismo y con relación a otras expresiones visuales y artísticas, a continuación se hará una exposición de los estudios más representativos, que giran alrededor de la literatura, el teatro y el cuerpo.

### **1.2.1 Literatura**

Natalia Nieto y Javier Torres realizan un estudio sobre la estética de lo grotesco en “el santero” de Gonzalo España, el cuál identifica y señala las características de lo grotesco. Para los autores este concepto integra una visión cómica, extravagante y sarcástica de la realidad. En la literatura, en particular, la obra mencionada, incluye hechos irrisorios, la locura y el disparate fuera de la lógica humana y la paz. (Roa y Torres, 2010) Para los autores el grotesco no es sólo una característica de percepción sino de producción.

Beatriz Fernández en “Factor Grotesco” Sitúa lo grotesco en la vanguardia del arte popular, cuando éste se enfrenta al arte culto” (Fernández, 2010) explica con el asenso de los plebeyos a la burguesía se posiciona lo grotesco gracias a un nuevo soporte la prensa “Lo grotesco evoluciona en su contenido, pasando de lo divertido a lo fantástico, lo excéntrico y lo ridículo. Es entonces introducido en los géneros artísticos dramáticos” (Fernández, , 2010, p. 2) Esto se manifestará a través de la caricatura con la ridiculización de las personas, desfigurándolas y atentando contra el canon. “Lo grotesco va más allá: cuestiona la pertenencia de la víctima al género humano, la ofensa puede ser la regresión a la animalidad o a la condición vegetal” (Fernández, 2010, p. 2) En este caso el grotesco tiene una cercanía con lo popular, e incluso con lo subalterno al enfrentarse con las estéticas de élite, su capacidad de rebajar al ser humano, a un animal u objeto, es una de sus características más fuertes.

### **1.2.2 Teatro**

Raquel García un estudio sobre desde una perspectiva de género, explica como este concepto en el ámbito de las artes escénicas no es considerado un género, sino una forma contracultural subversiva de los códigos establecidos (García, 2012). Es decir lo grotesco lucha contra el código

impuesto y de allí que sus representaciones sean fuera de lo considerado correcto, y por ello considerado menor a las grandes narraciones trágicas. En ese sentido, explica García, las mujeres también excluidas de las artes escénicas históricamente, en el siglo reciente, han apostado por estas manifestaciones y no tener que compararse con la normalidad. Por ello las jerarquías y estructuras son invertidas, en un lenguaje carnavalesco, que les permite denunciar incluso la violencia de género desde la ficción. La misma autora en otro texto “Lo grotesco en el teatro breve” confirma al grotesco como una forma contracultural, pero también le agrega dos características lo irrisorio y por el otro lado lo deformado.

Daniel Cinellien su estudio del teatro en el caso argentino, concuerda con García, para este autor en la Argentina de la década de 1930, producto de las distintas migraciones. En la obra “Mateo” o “Estefano” el migrante habla sobre su situación personal, en un país que sólo le trae desgracias. En el caso del teatro, la máscara que tiene el personaje es primordial para hablar sobre la dicotomía entre risa y llanto, que se exhibe. “El motor de la acción en el grotesco criollo es la búsqueda de la comunicación por parte del sujeto al no encontrar eco en su núcleo familiar; se deprime y esto hace caer el texto en lo patético.” (Cinelli, 2015) El grotesco por esta dualidad difusa causa, una angustia en el espectador, pues no es del todo cómico, ni trágico.

En el caso del teatro lo grotesco servirá en muchos casos para denunciar la normalidad, para utilizar la dualidad de lo deforme e irrisorio, o de lo cómico – trágico, para incomodar al espectador. Fue utilizado por tanto en muchos casos, en procesos contraculturales que permitían denunciar a la cultura de elite

### **1.2.3 El cuerpo grotesco**

En “El cuerpo grotesco: Desbordamiento y significación” de José Luis Barrios estima que lo grotesco no puede estar alejado del cuerpo. Este estudio desarrolla una aproximación sobre la función económica, política y social de lo grotesco anterior a la modernidad. Lo que para el autor supone “también colocarse en el posible sentido del cuerpo grotesco anterior a las formas de encierro, exclusión y vigilancia propias de los siglos XVIII, XIX y XX.” (Barrios, 2008, , p. 1) Durante el estudio desarrolla tres momentos “el que va de la economía del cuerpo orgiástico al cuerpo político de la risa, el de la risa y la carne como construcción del cuerpo social del carnaval y la del cuerpo grotesco como factor disruptivo del deseo” (Barrios, 2008, , p. 1) En este estudio el grotesco se vuelve a situar en el ser humano, específicamente en su cuerpo. Cabe decir que Barros delimita su estudio en una época anterior a la modernidad.

María del Carmen Peza utiliza al utiliza la visión Bajtiniana del realismo grotesco, pero Peza analiza la producción musical alrededor del cuerpo femenino del grupo Molotov. Ella estima que lo grotesco puede llegar a poseer un carácter subversivo, transformador y contestatario. Tomándose del autor explica el “realismo grotesco medieval se pueden agrupar en tres grandes categorías: a) formas y rituales del espectáculo; b) obras cómicas verbales y escritas; y c) diversas formas y tipos de vocabulario grosero, insultos, juramentos, lemas populares, etcétera” (Peza, 2014, p. 3) Pero aclara que en la actualidad el grotesco se divide en el realismo grotesco y el grotesco modernista, los cuales devienen del grotesco medieval pero no son lo mismo.

La autora concluye estableciendo a Molotov dentro de lo realismo grotesco carnavalesco por el tono festivo, sensual y alegre. Los conceptos que utiliza son tomados de Mijail Bajtin un autor que estudia el fenómeno en la época medieval pero Del Carmen extrapola los conceptos llevándolos a la actualidad y a otro estadio fuera de la literatura, la música.

Como vemos ciertas características de lo grotesco como la exageración, el drama y el horror se pueden encontrar en la prensa. Lo grotesco no es sólo una característica del arte. Las investigaciones centran lo grotesco dentro de lo popular, desde sus inicios en la edad media, aunque se estima que sólo se puede percibir lo grotesco, también hay autores que defienden estructuras determinadas elaboradas desde la producción, que se pueden identificar dentro como un grotesco actual.

Los estudios sobre Diario El Extra demuestran un uso del sensacionalismo y la espectacularización con miras a vender más. Además existen cuestionamientos a su ética y discurso alrededor de hechos violentos, en particular a la creación de estigmas o estereotipos dentro de determinados sectores. Es este medio al igual que lo grotesco esta encasillado dentro de lo popular, aunque no se constituya según muchos autores como cultura popular en sí. Los estudios que preceden esta investigación nos amplían la perspectiva sobre los conceptos que utilizaremos y nos permiten conocer diferentes enfoques sobre un tema tan debatido como Diario El Extra.

## **CAPITULO 2**

### **Un acercamiento teórico a las corrientes de comunicación, semiótica y visualidad**

#### **2.1 Teorías de la comunicación**

A continuación se expondrá las teorías de la comunicación que nos permitirán comprender el objeto de nuestra investigación. En primer lugar nos interesa apostar a un análisis de la producción del medio, de manera que se presenten novedades alrededor Diario El Extra. Estas teorías nos permitirán centrarnos más que en las audiencias que en los emisores. Para ello queremos comprender la comunicación interpersonal, hasta la de masas. En primer lugar se expondrá la teoría de la interacción simbólica la cual nos ayudará a entender como el productor del medio se hace una imagen de sus audiencias y como esto influye en la toma de decisiones.

##### **2.1.1 Teoría de la interacción simbólica**

Los medios de comunicación son realizados por personas, la capacidad de comunicar del individuo es un nivel importante de investigación. Ya que nuestro estudio se encuentra centrado en el emisor, una de nuestras interrogantes es cómo el emisor crea el mensaje. La teoría del interaccionismo simbólico se basa en el individuo y su relación consigo mismo, otros y la sociedad. Para ello George H. Mead propone la categoría de Self o “sí mismo” (Mead citado por Blumer, 1982) la cual implica que el ser humano puede considerarse tanto como sujeto y objeto, lo que le permite reflexionar sobre su propio ser y el de otros. Es decir, que el ser humano puede definirse gracias al Self, el cual le permite hablar de sí mismo, puede por ello convertirse en objeto y al hacerlo reflexionar sobre sus características. Esta consideración les dota de un “Yo” activo.

El considerarse sujeto como objeto le permite asignarse elementos, pero esto es posible cuando el sujeto entra interacción “el autoobjeto surge del proceso de interacción social en el que otras personas definen a un individuo ante sí mismo” (Blumer, 1982, pg. 10). Por ello, en el caso de El Extra, los emisores, periodistas, editores etc, pueden definirse a sí mismos y sus roles gracias a la existencia del otro, por ejemplo del receptor es decir las audiencias.

La interacción permite por tanto crear una imagen de todos los objetos y sujetos a su alrededor. En una reciprocidad los sujetos que participan en la comunicación alimentan la imagen que tienen de sí mismos y de los otros.

Uno de los principales supuestos de la interacción simbólica, explica Blumer, es que el significado de las cosas se deriva de o surge como consecuencia de la interacción social que cada uno mantiene con su prójimo (1982) como se explicaba antes esto puede construir la imagen de su yo, pero también el de todos los objetos, incluso los entregados por los medios de comunicación, que en este caso sería Diario El Extra, es decir que incluso la imagen del medio se construye en interacción.

El segundo presupuesto de la interacción simbólica nos dice que el significado es modificado a partir del proceso interpretativo. El proceso de interpretación tiene dos momentos: en primer lugar el sujeto interactúa consigo mismo y decide que cosas poseen significado y en la segunda la interpretación manipula los significados “El agente selecciona, verifica, elimina, reagrupa, y transforma los significados a tenor de la situación en la que se halla inmerso” (Blumer, 1982, pg. 4) Por ello pese a que uno de los sujetos determine ciertas características, al otro no necesariamente las aceptará sin un proceso de interpretación, por ello las audiencias y los emisores son activos. Su capacidad de razonamiento les permite interactuar y re-significar los contenidos. A diferencia de otras teorías, en esta se nos explica que es imposible pensar en unas audiencias que aceptan los mensajes sin reparos.

Durante el proceso de interpretación por el cual se logra el significado de los objetos, nos encontramos con diferentes participantes: el self, el otro, la sociedad, la cultura etc. Pues el individuo se encuentra en constante interacción, en un medio determinado. No solo encontramos en la creación de significados a dos sujetos, sino que estos sujetos se encuentran en un contexto determinado que participa también. Mead determina que la mente es “la capacidad de utilizar símbolos que tienen significados comunes” (Mead citado por West and Turner, 2000, pg. 87) es decir es posible que estos sujetos se entiendan porque existe un marco común que puede ser el lenguaje o la cultura. Por tanto aunque es el agente quién de acuerdo a su situación determina el significado al objeto, incluso, allí es una negociación en el que participan varios actores.

Durante el proceso de comunicación el interaccionismo simbólico establece que el ser humano puede tener el significado de los objetos gracias a la relación que establecen otros sujetos, con los objetos y con sí mismo. También el sujeto por tanto puede reflexionar sobre el mensaje entregado, en comparación con la reflexión de otro sujeto o con el propio mensaje. El resultado de este proceso más la interacción consigo mismo, permite que el individuo tome decisiones pues ha entendido al objeto y esto le permite tomar una acción.

La formación de la acción es la tercera premisa del Interaccionismo Simbólico, la interacción es “un proceso formativo en el que los significados son utilizados y revisados como instrumentos para la orientación y formación del acto. Es necesario entender que los significados desempeñan su papel en el acto a través de un proceso de autointeracción” (Blumer, 1982 pg.4) Es sólo a partir de esta reflexión con el otro, con el objeto, con la cultura etc. Que el sujeto interactúa consigo mismo y toma una decisión, esta decisión se convierte en el acto.

El acto es la toma de decisión del individuo enfrentado a situaciones diversas. Para poder actuar el individuo debe estar consciente de lo que ocurre, fijarse objetivos y asumir su situación, pese a que esto no siempre sea eficiente, aclara Blumer, el hecho que el individuo tome esa decisión basado en la información que obtiene hace que no tenga solo una actitud receptiva, sino que enfrenta las situaciones y las asume. (Blumer, 1982, pg.48) Se convierte por ello en un ente activo de decisiones y reflexión, independientemente del resultado. En el caso de Diario El Extra, los productores del medio, reciben un mensaje de sus audiencias a través de sus quejas o comentarios, eso permite que ellos tomen decisiones, pero éstas estarán mediadas por su propia interpretación. Por ejemplo si un editor de contenidos recibe una llamada pidiendo que se publique el crucigrama, él puede aceptarla o por otro lado pensar que sólo una llamada no es suficiente para emprender una acción.

Además los productores pueden interactuar con sus audiencias a base de informes de ventas, marketing etc. incluso a través de los propios clientes a través de los nuevos medios de comunicación, como redes sociales. Es en la interacción que realizan una imagen de su público y a partir de ello, pueden realizar el acto, que en este caso sería, la producción del medio. La imagen que poseen es de un público que no lee mucho, asiduo a la crónica roja y de gustos populares en el lenguaje y el color, por ello el uso de colores llamativos y jerga (Jaramillo, 2012). Pero también aceptan que es un público diverso, que puede gustar de otras opciones igual de necesarias en el medio, como el horóscopo o el extragrama.

Los diarios crean los productos según la imagen que tienen de su público objetivo, de allí que se encuentran líneas editoriales diferentes. Para los editores y periodistas de Diario El Extra, su público es muy importante. Se enfocan en lo que prefieren y monitorean a sus audiencias, mediante la participación directa es decir llamadas, mensajes, mediante estudios de mercado, e incluso con el uso de intermediarios como los “canillitas”, (Jaramillo, 2012) en la búsqueda de mantenerse siempre informados preguntan a las personas en la calle, taxistas, betuneros y por medio de ello, concretan el mensaje.

En cuanto al mensaje la interacción simbólica explica que el contenido también posee una exposición de gestos y la respuesta al significado de los mismos. Los gestos son aquella parte o aspecto de un acto en curso que encierra el significado de los mismos. (Mead citado por Blumer

1982) Es lo que la persona puede descifrar, así también es de lo que puede utilizar para proyectar lo que quiere decir. Esto puede ser efectivamente sólo una mirada o una declaración de guerra como explica Blumer (1982) Los gestos son los símbolos, signos y señales por los cuales el sujeto comunica: información, su pensamiento e incluso las acciones que tomará.

Por ejemplo “Si el sujeto dice por ejemplo “¡Lárgate!” no es sólo la información de su deseo, sino su molestia, e incluso puede resultar un mensaje amenazante” (Mead citado por Blumer, 1982) Si la persona emite un deseo en este caso: “¡Lárgate!” espera una respuesta efectiva, es decir que se alejen. Así también se asume como emisor y al otro como receptor. En el caso de Diario El Extra, el lenguaje es decir el mensaje escrito tiene mucha fuerza, pero como gestos utilizan al color y el tamaño de letra. Con ello el objeto informa, más allá del lenguaje un deseo de ser leído, de llamar la atención de “gritar mientras otros susurran”<sup>1</sup>. Titulares como ¡Auxilio, dos cadáveres! No serían lo mismo sin la existencia de las mayúsculas y el color rojo en la palabra cadáveres. Estos gestos también les recuerdan y sitúan a los sujetos en sus papeles. Sitúan a los lectores como receptores y a los editores y periodistas como emisores.

Las personas que participan en el proceso de comunicación asumen, un papel que les permite comunicarse e incluso ponerse en el papel de los otros, esperando una respuesta, el asumir los papeles indicados permiten que la interacción no se vea afectada. Para poder entender de mejor manera el proceso de comunicación utilizaremos la Teoría de la Gestión Coordinada del Significado la cual nos permitirá entender mejor el proceso de comunicación con los otros y los diferentes niveles que participan.

### **2.1.2 Teoría de la Gestión Coordinada del Significado**

La Gestión Coordinada del Significado mantiene los supuestos de la interacción simbólica sobre la importancia de la interacción en la creación de significados e incluso la realidad social. Para explicar la manera en que este proceso se da, la teoría GCS (Gestión coordinada del significado) plantea una jerarquía con distintos niveles, la cual es importante porque permite a los individuos ordenar, clasificar y por tanto comprender los miles de mensajes que reciben diariamente.

Se definen seis niveles de los cuales los más altos de significado ayudan a interpretar a los más bajos (Pearce y Cronen, 1980 citado en West & Turner, 2000) En el caso de medios de comunicación como Diario El Extra, estos niveles nos permitirá entender como los mensajes se construyen con la integración de otros elementos, que participan en la interacción. Es decir cuando

---

<sup>1</sup> Frase de Henry Holguín, ex editor general de Diario El Extra, al referirse al medio.

el sujeto consume un Diario, su proceso de interpretación se encuentra con el objeto directamente. En ese momento como se explicó anteriormente, participa no sólo el emisor y el receptor, como entes individuales.

Concebidos como un modelo, más que un sistema de ordenación, estos niveles nos permitirán comprender los elementos que participan en el proceso de comunicación. A continuación la explicación de cada uno:

- Pautas Culturales: Es la identificación cultural que hacen los sujetos, las pautas culturales se pueden definir como “imágenes muy amplias sobre el orden del mundo y de las relaciones” (Cronen y Pearce, 1981 citado por West y Turner, 2000) la relación entre cultura e individuo se vuelve primordial al interpretar significados.
- Guiones de Vida: Son los conjuntos de hitos pasados, contruidos por experiencias pasadas desde las cuales habla el Yo (West y Turner, 2000)
- Hitos: Son rutinas de comunicación que tienen principios, medios y finales definibles. Lo cual es posible porque los sujetos puntúan en cierto grado una conversación (Pierce y Conklin, 1979 citado por West y Turner, 2000) Ayudan a conformar los guiones de vida.
- Compromiso: Es el acuerdo tácito entre dos personas, que pone límites relacionales, facilita parámetros para actitudes y comportamiento. (Pearce y Cronen, 1980 citado por West y Turner, 2000)
- Actos de Discurso: indican la intención de quién habla, son configuraciones en la lógica del significado y de la acción de las conversaciones, y esas configuraciones son contruidas por dos personas. (Pearce, 1994 citado West y Turner, 2000)
- Contenido: Es la información presentada como datos en bruto o estímulos no interpretados, es el primer paso para convertir los datos en significado. Es un mensaje sin contexto. (Pearce, Cronen y Cocklin, 1979 citado en West y Turner, 2000)

Las pautas culturales son la construcción más social que individual, entendido como imágenes amplias sobre el orden del mundo, es un marco que engloba a grupos de individuos, este marco hace que los sujetos compartan significados y es básico para comprender la comunicación, por ejemplo, si en Diario El Extra, tenemos un titular que dice “Se embaló hasta el más allá” es necesario que la mayoría del público comprenda que significa la palabra “embaló” y su utilización en este caso, es decir que lo que se intenta decir es: se aceleró hasta la muerte. Este tema se ahondará mucho más cuando hablemos sobre los Estudios Culturales.

En cuanto a los siguientes niveles los guiones de vida, los hitos y el compromiso, son marcos que se construyen en gran parte en interacción social con otros individuos determinando papeles que son designados cuando el individuo debe comunicarse con otros.

Los guiones de vida son las experiencias de los individuos, en el caso de Diario El Extra es fundamental, pues su línea editorial es sensacionalista, con ello busca causar que el público pueda identificarse con la noticia, cuando sus noticias hablan sobre dramas humanos, la pérdida de un ser querido etc. Es algo con lo cual las audiencias pueden sentir empatía, eso sucede gracias a que sus guiones de vida permiten el reconocimiento de la situación y de los sentimientos que se relatan.

Lo que construye los guiones de vida son los hitos, es decir, son rutinas de comunicación en las cuales los sujetos definen límites. Si alguno de los sujetos ha sido víctima de un robo, sabe lo que ocurre, al leer sobre uno puede suponer lo que hubiese realizado en ese momento o lo que debió hacer las autoridades etc. Esto sucede también con los emisores, un periodista de Diario El Extra puede crear una noticia en lenguaje popular porque su guión de vida reconoce esto como una comunicación válida, muchos de ellos se consideran “pueblo” es decir tienen en su registro de vida, las mismas experiencias que creen que poseen sus audiencias.

Esta interacción compleja está delimitada para que tenga sentido, bajo un compromiso, en el caso de la prensa uno de ellos es la veracidad. Las audiencias confían en que los mensajes que reciban son lo más cercano a la verdad, los periodistas tienen ese compromiso tácito, que hace posible que el público compre Diario el Extra.

Mientras que el acto de discurso, son las intenciones que se toman en el acto de comunicación un concepto cercano, al determinado como gesto, en la interacción simbólica. Que como se explicó, Diario El Extra utiliza como parte de su manera de comunicar mediante el color y los tamaños de letra.

Mientras el contenido es la base, es decir el mensaje que se quiere enviar, la información noticiosa del medio que para ser comprensible necesita de una coordinación adecuada con los otros niveles.

En el caso de nuestro objeto de estudio se puede visibilizar estos niveles, tanto en las audiencias como en los emisores. El emisor, si bien envía un contenido, este contiene un acto del discurso, que puede definirse por la forma en que se comunica. Se pueden agregar adjetivos, signos de exclamación (un recurso que se utiliza de manera recurrente en el medio) pero que está delimitado tanto por el compromiso y los hitos, puesto que continúa siendo un medio de comunicación y se espera objetividad e información.

Son los guiones de vida de quienes consumen el medio y lo realizan, lo que determina el significado que obtengan sobre los productos, puede que para el editor del medio, Diario El Extra

no tenga un tratamiento morboso de la muerte, pues como comunicador, ya ha trabajado en varias publicaciones similares, mientras que para un familiar del fallecido, una noticia puede parecer insensible o por el contrario, espere que su caso desafortunado sea tomado en cuenta por el medio.

El significado resultante, puede tener una coordinación completa, parcial o no tenerla. Como los procesos son complejos, ciertas características pueden afectarlo como: la moralidad y la disponibilidad de los recursos (West and Turner, 2000 pg, 102) Puede que el mensaje del emisor trata de transmitir no sea el que llegue al emisor, por lo menos no en su totalidad, de todas maneras en general la coordinación parcial es a la que generalmente es posible llegar.

La situación es mucho más compleja en el caso de medios masivos por la cantidad de personas a las que va dirigido. Puede que como vimos en el Estado del Arte, una parte de la población estime que Diario El Extra tiene un mal manejo sobre temas sensibles, mientras que para otros sea sólo la realidad sin maquillaje. Para los lectores de Diario El Extra sin embargo es un mensaje que desean consumir por distintas razones.

Parte de los guiones de vida, pueden complicar la coordinación porque pueden causar que no haya puntos de conciliación. Puede que no se logre una secuencia entre los mensajes de una conversación, pero los individuos, lo intentan estableciendo normas que pueden ser constitutivas o regulativas, siendo las primeras: cómo se interpreta el significado en contexto determinado y la segunda; que comunica lo que ocurre en la conversación y la secuencia que le continúa.(West y Turner, 2000, pg.96) En el caso del consumo Diario El Extra existen la regla constitutiva base, el lector esta frente a un medio de comunicación, pero también regulativas puesto que el lector debe elegir una secuencia de respuesta frente a lo que consume, que es una norma regulativa. Estas normas tienen una influencia cultural. Con la siguiente teoría comprenderemos porque es importante comprender a la comunicación con la cultura.

### **2.1.3 Estudios Culturales**

Si entendemos que tanto la comunicación interpersonal como las relaciones que establecemos con otros se encuentran dentro de la cultura, debemos comprender porque es tan importante el concepto de cultura para la investigación. Su principal expositor Stuart Hall explica que los sujetos tienen sistemas de representación que son “diferentes modos de organizar, agrupar, arreglar y clasificar conceptos y de establecer relaciones complejas entre ellos” (Hall, 1997 p.4) El sentido se construye a partir de las relaciones, concuerda Hall pero agrega que también con el sistema conceptual, que opera como representaciones mentales y que es compartido por toda una sociedad o grupo social. Para ello explica que todo tenemos un mapa conceptual compartido, que nos permite

comunicarnos, este mapa conceptual es lo que llamamos cultura, es decir son los sentidos compartidos. (Hall, 1997)

Este mapa conceptual es compartido por todos los individuos que pertenecen a un grupo social determinado. Por ejemplo podemos hablar de la cultura ecuatoriana la cual es expresada mediante el lenguaje, las costumbres, prácticas etc. De allí por ejemplo tengamos costumbres diferentes de otras culturas cercanas como peruana o colombiana. Los productos que se elaboran dentro de este marco contienen significados que puedan ser compartidos por los diferentes individuos, si no lo hiciesen, mucho más en el caso de la comunicación, estarían destinados a fracasar. Diario El Extra es quién más explota ciertos símbolos y signos, como la jerga popular, que permiten que las personas se identifiquen con ellos.

Para Hall existen dos supuestos: primero la cultura invade todas las facetas del comportamiento humano y segundo las personas forman parte de una estructura jerárquica que poder (West y Turner, 2000) El primer presupuesto se explica porque el concepto de cultura que se maneja es materialista. Basado en los presupuestos marxistas Hall determina el nacimiento de la cultura, desde el “crecimiento acumulado del poder de los seres humanos sobre la naturaleza, materializado en los instrumentos y práctica del trabajo y en el medio de los signos, el pensamiento, el conocimiento y el lenguaje a través del cual pasa de una generación a otra como la segunda naturaleza del hombre” (Woolfson, 1976 citado por Hall 1981)

Es así, que la cultura es una línea transversal que atraviesa todas las practicas del ser humano, independientemente de su papel en la interacción comunicativa, siendo emisor o receptor, la cultura y sus características se visibilizan a través del lenguaje.

Si la cultura es la segunda naturaleza del hombre, esta es parte de todas las facetas del ser humano. Por ello Hall, basando en el culturalismo, una de las corrientes de las que se nutren los estudios culturales explica que la cultura tiene dos aspectos: las ideas o definiciones y las formas de vivir.

“Define a la cultura como los significados y los valores que emergen entre grupos y clases sociales diferenciados, sobre la base de sus condiciones y relaciones históricas dadas, a través de las cuales "manejan" y responden a las condiciones de existencia; y como las tradiciones y prácticas vividas a través de la cuales son expresadas esas "comprensiones", y en las cuales están encarnadas” (Williams, 1958 citado por Hall, 1994 p. 7)

La cultura por tanto le entrega al individuo las ideas o definiciones sobre el mundo y estas son expresadas a través de prácticas. Los editores de Diario El Extra tienen claro las imágenes que quieren transmitir y la manera en que lo hacen, esto gracias a la idea que tienen de las personas que lo consumen, para ellos su público es el pueblo y su periódico es popular. Es decir, saben que

existen personas fuera de este grupo, que son no-pueblo. Hay entonces una segmentación del público. Esta segmentación les permite hacer mensajes culturales definidos.

Hall estudia en el segundo presupuesto de los Estudios Culturales, relacionado con el poder y las estructuras, lo jerárquico y explica cómo se relaciona con la cultura. El estructuralismo, otra de las corrientes importantes aportó con un énfasis en las condiciones determinadas y el concepto de ideología. (Hall, 1994) Con las condiciones determinantes se refiere, a que los seres humanos están “condicionados por un desarrollo concreto de sus fuerzas productivas y de la relación correspondiente a estas (Hall, 1981 p,226) es decir que los hombres y mujeres no pueden controlar en todo sentido, lo que les rodea.

Hall basándose en Marx estima que la forma en que los sujetos toman conciencia de sí mismos, no refleja con transparencia su situación. Cómo es vivida la cultura, como las clases experimentan esas prácticas, es denominado ideología. La ideología es un concepto clave en los estudios culturales pues nos ayuda a comprender como el ser humano tiene una apropiación de la cultura. Pero esta ideología no siempre es elegida por el sujeto, sino que deviene como la cultura de las circunstancias en que se encuentra. De allí el estudio de las diferentes culturas y su participación en los productos comunicacionales.

Los creadores de Diario El Extra fijan su producto dentro de la cultura popular. Que en el caso de nuestro país, es entendida como la cultura de los sectores populares, definidos por bajos recursos y poca educación superior. Un ejemplo de ello es que según los editores de Diario El Extra (Jaramillo, 2012) los ecuatorianos, en particular sus lectores, no leen demasiado, por ejemplo; prefieren temáticas no tan complejas como la economía o la política, y solo consumen estos temas si son llevados a su cotidianidad. El uso de jerga, colores llamativos e imágenes son lo consumible para este público, y en la práctica afirmar esas características junto con una buena y simple narración de los hechos les han permitido erigirse como uno de los periódicos más vendidos del país.

No se puede entender la cultura sin el poder, puesto que en el sistema capitalista, la cultura es antagónica (Hall, 1981) y aunque pueda existir una ideología propia de una clase, también existe una dominante. El poder no es un objeto estático y por tanto tampoco la dominancia. Existe una lucha constante por la hegemonía, que es la dominación de una clase, no sólo con el poder coercitivo sino con el consentimiento de las clases subordinadas. “Es crucial que esas estructuras de la hegemonía trabajen mediante la ideología (...) de esta manera el cemento de una formación social, preserva la unidad ideológica de todo el bloque social” (Hall, 1981 pg. 238) Cabe aclarar que no es sólo una clase la que puede mantener la ideología sino una alianza entre las diferentes fracciones de clases. Existen una negociación entre los intereses del grupo dominante y los grupos subordinados.

Diario El Extra, pertenece a una empresa de comunicación, no a los sectores populares. Trabaja en negociación con ellos y bajo ciertas circunstancias pero no es su creación. Es decir, aunque puedan influir en las decisiones que tomen los editores y periodistas, quienes deciden cómo se conforma el mensaje son ellos y la manera en que se hace. Diario El Extra ha sido un medio de grandes cambios durante estos años, uno de ellos explica Henry Holguín (Jaramillo, 2012) es el tratamiento hacia las personas GLBTI de un manejo discriminatorio en portadas y noticias a respetar sus derechos e incluso dedicarle espacios. Es decir hubo un cambio que se produjo de una mirada desde el poder por parte del medio a un proceso de negociación en el que han intervenido, los sectores subalternos GLBTI y la opinión de los editores, un proceso largo que aún continúa.

Los Estudios Culturales toman en cuenta a las industrias culturales, como fuentes de la ideología dominante, una de ellas son los medios de comunicación. “Cuantitativa y cualitativamente, en el capitalismo avanzado del siglo XX los medios de comunicación han establecido un liderazgo decisivo en la esfera cultural” (Hall, 1981, pg.245) Para los Estudios Culturales los medios son concebidos como aparatos ideológicos del estado ya que sólo guardan una autonomía relativa con respecto al poder. No son “partidarias” pero si están “fundamentalmente orientadas dentro del modo de realidad del estado” (Hall, 1981, pg. 251). Es decir mantienen su estructura.

Una de las críticas que se ha hecho a Diario El Extra, como se leyó en el apartado de investigaciones sobre el tema, es el estigma sobre determinados sectores. Al estar situada la crónica roja en ciertos sectores, en particular los más empobrecidos, contribuyen a crear la imagen de que la violencia sólo existe allí, mientras que los ladrones de “cuello blanco” quedan fuera de su exposición. Esto se debe a que una de sus funciones, explica Hall, es proveer imágenes sobre la vida de las personas, y de la totalidad en la que viven. (1981) Esto hace que tengan una importancia en cuanto a lo cultural, pues al entrar en comunicación con los individuos, les entregan información sobre la realidad social y es así que los sujetos se pueden hacer imágenes sobre su situación.

Diario El Extra se caracteriza por la crónica roja es decir emisión de malas noticias, lo que influye en las imágenes sobre el entorno en el que se encuentra su lector, mucho más si las noticias que se publican implican sectores en los que viven sus audiencias. Para Hall los medios de comunicación tienen tres funciones la primera es que participan en la construcción de conocimiento social.

Para sus editores y periodistas, esa realidad existe y una de sus funciones en mostrarla, pero al sólo dejar tres grandes secciones crónica roja, farándula y deportes, otras narrativas más positivas y que dejen entrever más historias son reducidas mucho más si los sectores en los que ocurren los crímenes también son siempre frecuentes.

La segunda función de los medios de comunicación y por tanto de Diario El Extra es dar cuenta de distintos esquemas de vida y clasificarlos, los medios de comunicación abarcan a las distintas

voces, dando una apariencia de pluralidad que ayuda a legitimar sus discursos (Hall, 1981, pg. 251). Pero como explica el propio autor, sólo se abarcan distintas posiciones, siempre y cuando no sean radicales, así que se clasifica al mundo, pero dentro de las ideologías dominantes. Es decir, podemos ver en una noticia sobre robo a la víctima, al ladrón, al policía. Pero no una que cuestione la manera en que viven las grandes mayorías sobre una minoría privilegiada. Es porque la función de los medios no es cuestionar el sistema en su totalidad, en ocasiones ni siquiera cuestionar sino informar, en la medida de su objetivo y línea editorial.

El Extra en particular no se ocupa de política, por tanto en ese espacio que consume la población de los sectores populares, no se informa sobre la toma de decisiones que pueden llegar a afectarlos, estando así desinformados.

Su última función es organizar, unificar lo representado y clasificado. (Hall, 1981 pg. 248) Este proceso le dota de legitimación, puesto que en la discusión se logra un consenso y consentimiento. Esto en líneas generales aparece en las opiniones, pero si hacemos una lectura amplia sobre la crónica roja, existe un juicio construido sobre los criminales gracias a las diversas fuentes, que se pueden visibilizar en los adjetivos “macabro” “siniestro” etc.

Diario El Extra ha sido acusado de perpetrar la idea de las clases subordinadas como las únicas acosadas por la delincuencia y crímenes violentos. Pobreza, ignorancia y otras palabras son recurrentes en el medio, pero sólo alrededor de sectores periféricos. Los crímenes de la clase alta o media raramente aparecen, por ello responden a una visión dominante. Sus declaraciones sobre la violencia y muerte en los sectores populares, son sólo demostrativas y no críticas. Y no hay una negativa del medio sobre su énfasis en la crónica roja, por su la cantidad de ventas que acarrea.

Para comprender de mejor manera cómo funcionan los medios, no sólo en contenido es decir los mensajes, sino a la forma, la manera en que se constituyen a sí mismos, utilizaremos la Teoría del Medio de Marshall Mc Luhan, la cual nos permitirá ahondar más sobre la prensa en particular.

### **2.1.3 Teoría del Medio**

La Teoría del Medio, propuesta por Marshall McLuhan propone una visión más ampliada sobre lo que se denomina medio de comunicación. Para McLuhan son extensiones del cuerpo. Desarrollados por los seres humanos, los medios de comunicación están influidos por sus creadores pero ellos también influyen en nosotros.

Con su teoría del medio McLuhan ahonda sobre la importancia de los medios de comunicación sobre las actividades humanas. “Las sociedades siempre han sido moldeadas más por la índole de

los medios con que se comunican los hombres que por el contenido mismo de la comunicación” (McLuhan y Fiore, 1967 pg. 6) Para el autor, los medios han influido en el ser humano, mucho más que su contenido. Si los medios de comunicación son prolongaciones del ser humano, éstos permiten que perciba de manera diferente su entorno. Es posible por la prensa que los sujetos puedan ver lo que ocurrió en un lugar lejano a su residencia, pueden conocer e incluso sentir empatía por personas que no conocen, como ocurre con Diario El Extra.

En cuanto al contenido para el autor; es el medio dentro de otro medio, el mensaje que tiene dentro de sí un medio de comunicación, tiene su propio significado. Es decir la prensa es ya un medio de comunicación que trasmite, esta tiene ciertas características como la periodicidad, la durabilidad etc. que la hacen diferente a otros medios, pero también tiene un mensaje dentro de sí, que es la noticia la cual tiene su propio significado.

Para este autor es importante analizar el medio, puesto que este comunica y pasa desapercibido por el contenido. De allí su famosa frase “el medio es el mensaje”. Es por el contenido que las personas posan sus ojos en los medios de comunicación, pero es el medio el que “modela y controla la escala y forma de las asociaciones y trabajo humanos” (McLuhan y Fiore, 1967 pg. 8).

En el caso de Diario el Extra tenemos una noticia sobre un asesinato, esta puede ser transmitida en televisión de una determinada manera, en radio de otra, pero esta se ajustará al formato en el que se envíe el mensaje, en este caso la prensa. Diario El Extra tiene sus propias características en las cuales se insertará la noticia, habrá más espacio para la foto, un uso de jerga, adjetivos y colores llamativos que la incorporen. Por tanto hay dos mensajes, el que es enviado por el medio y el del mensaje en sí mismo.

Cabe resaltar que para McLuhan los medios son un concepto que engloba no sólo a los tradicionales medios de comunicación sino también al dinero, por ejemplo. Mientras que otros autores sí se centran en los medios de comunicación de masas, uno de ellos es Jesús Martín Barbero quién también estudia el caso latinoamericano.

Barbero estudia la categoría de masa, que designa lo uno y lo múltiple, nacida del concepto de muchedumbre, la masa es una categoría que tiene su auge a partir de los años 30 y que designa a el conjunto urbano predominante que no tiene distinciones gracias al proceso democrático, la mayoría se convierte en poder. Y las maneras en que la masa socializa y determina sus significados dejan de ser los anteriores dispositivos ideológicos como la escuela o religión, la mediación ahora es de los medios de comunicación, o por lo menos esas son las postulaciones de los teóricos estadounidenses, es justamente, es EEUU que los medios de comunicación alcanzan su mayor desarrollo (Barbero, 1987).

Diario El Extra, que se considera como un medio de comunicación de masas, es por tanto un ente socializador. Fernando Checa, como una de las premisas en su libro “El Extra las marcas de la infamia” confirma esta función, al explicar que El Extra suele ser compartido por diversas personas e incluso hay un proceso de interacción sobre sus contenidos a través de la conversación sobre las noticias que se publicaron ese día con familiares y amigos, lo cual hace como vimos en la teoría de la interacción simbólica que los sujetos interpreten el mensaje de mejor manera.

Para Jesús Martín Barbero la cultura de masas que no es un sinónimo de medios de comunicación de masas sino el proceso por el cual estos se encuentran en relación. Los medios son una mediación, las transformaciones culturales no comienzan ni terminan en ellos, pero si poseen un papel muy importante. Entre otros mediadores también se encuentran la familia, la escuela, religión etc.

McLuhan determinaba que los seres humanos influyen en los medios, pero también ellos influyen en los seres humanos. De allí la importancia de estudiar a los medios de comunicación pues son constructores de sentido y de imagen sobre la sociedad.

En América Latina la aparición de las masas, que en un primer momento son marginales pues estaban constituidas por las personas que venían del campo a la ciudad y la falta de una clase dirigente determina que los estados tengan que apoyarse en la voluntad popular, explica Barbero. Por tanto una de las formas de política en crecimiento será el populismo, que “resulta ser una organización del poder que da forma al compromiso entre masas y Estado” (Barbero, 1987 pg. 177)

Barbero explica que la masa compuesta de manera heterogénea construye un nuevo modo de existencia de lo popular. Las clases bajas logran en este ingreso a la masa, que un mejoramiento de sus condiciones de vida e incluso expresiones culturales en los medios de comunicación como el cine, la radio y por tanto la prensa. De allí el nacimiento de la prensa popular, que luego se asociaría con el sensacionalismo europeo. Si el populismo abarcó grandes estadios de estos años en la política también lo hizo en la prensa.

En Ecuador, uno de los mayores ejemplos de utilización de lo popular es El Extra, el cual surgió en una década conflictiva económicamente, y con una línea editorial que rompió con los esquemas nacionales del periodismo. Pero también llegó a reconocer al público popular como el suyo, más cabe aclarar que como en el populismo político la prensa popular trabajó con la masa, más no pertenecía a ella.

### 2.1.3.1 Prensa

Para McLuhan el gran error de los estudiosos de medios es que le dan gran importancia al contenido, creyendo que si el contenido es diferente la prensa lo será, pero no es así. Para el autor la prensa tiene determinadas características como todos los medios independientes del contenido, por ejemplo la prensa nació con los anunciantes y son ellos quienes permiten que las noticias sean gratuitas. “Los anuncios clasificados (y las cotizaciones de a bolsa) son los cimientos de la prensa. Si se descubriera otra forma fácil de acceso a tan diversa información diaria, los periódicos cerrarían”. (McLuhan, 1996 pg. 217).

Así como desde sus inicios la prensa respondió a los anunciantes, que le dieron vida, es decir respondían a sus pedidos, publicaban noticias que les convenían tanto a ellos como a sus clientes y callaban otras, la búsqueda de noticias también fue el inicio de la ficción, refiriéndose a la necesidad del medio de crear noticias. Es conocida la necesidad de los medios de publicar siempre información fresca lo que ha causado, incluso la invención de muchos sucesos.

Si analizamos en general los medios responden a la necesidad de vender no sólo a las audiencias sino a los anunciantes. En particular, en el caso de Diario El Extra, Henry Holguín afirma que su interés primordial son sus audiencias y en segundo lugar la publicidad, es decir, acepta la intervención de los anunciantes pero en un segundo plano (Jaramillo, 2012).

El Extra trata de separarse de temas políticos, ese mismo silencio a determinadas cosas, nos muestra su selectividad al publicar. Con tres temáticas claras: crónica roja, deportes y farándula. El medio responde a una característica propia de la prensa, la incapacidad de abarcar todas las temáticas, es decir de silenciar determinadas cuestiones por su propia estructura. Cabe aclarar, que con respecto a la necesidad de la ficción Diario El Extra se ve a sí mismo como un periódico sensacionalista más no amarillista y en esa medida, niega absolutamente la manipulación de la noticia.

De todas maneras se confirma que la capacidad de contribuir a crear realidades por parte de este medio “La prensa es una acción y ficción diarias, una elaboración cotidiana a partir de casi todo lo que sucede en la comunidad. Mediante el mosaico, se convierte en una imagen comunal o muestra representativa” (McLuhan, 1996 pg. 221). Es la prensa la que incluso dependiendo de la cultura, con el principio del lenguaje y las noticias que abarcan a diferentes aspectos de la vida y actores, que puede llegar a ser como explica McLuhan: una muestra representativa de la sociedad en que se desenvuelve.

De allí que muchos estudios confirmen al Extra como productor del imaginario sobre violencia, en el país. Aunque esta investigación no estudia las consecuencias sobre las audiencias, si se toma en cuenta esta posibilidad, pues para Mc Luhan es una característica inherente a la prensa como medio de comunicación.

### **2.1.3.2 Sensacionalismo**

La prensa es un medio de comunicación de masas Barbero plantea que en América Latina lo masivo es una mezcla de lo nacional y lo extranjero. Siendo el caso de la prensa sensacionalista la cual tiene sus inicios en Europa y EEUU pero aflora en nuestro continente por influencia exterior. Pero al ser llevado a nuestra realidad adquiere determinadas características, en el caso de Diario El Extra, el sensacionalismo es la corriente que deviene de Europa y que es adoptada, primero desde la línea colombiana, para luego ser adaptada a nuestra realidad.

Siendo definido el sensacionalismo, como una corriente que apela a las sensaciones a partir de diferentes elementos, con el objetivo de llamar la atención y que las audiencias se sientan identificadas. “El sensacionalismo plantea entonces la cuestión de las huellas, de las marcas en el discurso de prensa de otra matriz cultural, simbólico-dramática, sobre la que se modelan no pocas de las prácticas y las formas de la cultura popular.” (Barbero, 1987 pg. 191) Es decir siendo una matriz exterior al adaptarse a nuestro medio, la matriz simbólico-cultural sufre cambios, pero también modifica al contexto y personas que la consumen como explicó Mc Luhan.

Diario El Extra teniendo relación con las prácticas populares, su lenguaje, sus colores e incluso la manera en que son presentadas las noticias se aleja de los conceptos para entrar en las historias. Con una estética melodramática, “se atreve a violar la repartición racionalista entre temáticas serias y las que carecen de valor, a tratar los hechos políticos como hechos dramáticos y a romper con la "objetividad" observando las situaciones de ese otro lado que interpela la subjetividad de los lectores.” (Barbero, 1987 pg. 193) Gran parte de las narraciones en diario El Extra tratan de ser narradas en el género de crónica, para que el lector sienta que se encuentra en el suceso, es así que el uso de adjetivos y la narración de detalles, alejan a la noticia de la “objetividad” que en general para el periodismo es relativa, pues el redactor siempre toma una posición al escribir. Este proceso es necesario para este medio, pues así es que conforman su línea editorial sensacionalista.

Mc Luhan expone que la prensa en general se preocupa de los anunciantes y de las malas noticias, las cuales hacen posible su venta y el sensacionalismo es el mejor ejemplo. De allí que estima lo siguiente:

“La página de prensa revela las interioridades de la comunidad en acción e interacción. Es por ese motivo que la prensa parece cumplir mejor su función cuando divulga los aspectos sórdidos. Las noticias de verdad son malas noticias, malas noticias acerca de alguien o para alguien” (McLuhan, 1996 pg. 215).

Diario El Extra se interesa por las sensibilidades de la comunidad, para ello esta apela a las sensaciones y sentimientos de las personas, esto permite que se identifique con la noticia. En el caso de América Latina el sensacionalismo interpela a lo popular a través del contenido.

El Extra, tiene las características antes mencionadas de manera más visible. Siendo un medio latinoamericano apela a significados populares que con los cuales las audiencias puedan reconocerse. Mediante el uso de lenguaje popular, apela a los sentimientos de sus audiencias pero se define a sí mismo, como un periódico interesado en el marketing de sus productos, es decir, que se enfoca en vender el periódico. A ello el uso morboso de los contenidos, para llegar su objetivo; implicar al lector con malas noticias. Son esas noticias en las que se especializa la crónica roja, género periodístico central para El Extra. Todo esto en cuanto a la forma, al medio en general.

Los estudios culturales y la teoría del medio concuerdan en que los medios de comunicación “fijan nuestras percepciones y organizan nuestras experiencias” (West y Turner, 2000). Esto lo logran, entre otras cosas, al proveer imágenes del mundo, tanto de su entorno, como de situación en la que se encuentran los individuos. Como expresa McLuhan cada medio responde a características determinadas, pero también se encuentra influenciado por otros medios. Diario El Extra, es un diario altamente visual influenciado por la televisión y la publicidad. Por ello, al analizar el contenido del medio desde otra perspectiva utilizaremos teorías sobre la visualidad.

## **2.2 Teorías de la visualidad**

Estas teorías nos permitirán comprender como manejaremos la visualidad en la investigación, ya que Diario El Extra en su portada utiliza estos recursos. Para poder realizar el análisis se utilizará los Estudios Visuales, los cuales nos permitirán realizar un estudio interdisciplinar, utilizando categorías del arte para medios de comunicación tales como estética y grotesco. Además analizaremos la semiótica de lo visual y su pertinencia para analizar las imágenes en Diario El Extra.

### 2.2.1 Estudios visuales

José Luis Brea explica que el nacimiento de este campo de debió a dos factores, el primero la ampliación del campo visual y el segundo la crítica sobre el método de las “ciencias del arte”<sup>2</sup>. Cuando se refiere a la ampliación del campo, no sólo habla sobre las nuevas expresiones artísticas sino a la semiotización y estetización creciente de los espacios de la vida cotidiana, con ello “aflore un territorio cada vez más vasto de prácticas de producción de significado cultural a través de la visualidad -lo que se ha dado en llamar cultura visual- que no se restringen a requerimientos disciplinares estrictos” (Brea, 2005 pg.5) A estos objetos los denomina objetos visuales.

Al hablar de los objetos visuales nos referimos a “prácticas sociales y de comunicación que, más allá de su definición sistemática en marcos disciplinares cerrados, abarcan y proyectan una multitud de dimensiones significantes (de orden político, social, psicológico, moral, antropológico, económico, perceptual, semiótico...)” (Brea, 2005 pg. 19) Diario El Extra, recae dentro de esta descripción, fuera de campo del arte pero dentro de la visualidad, un producto comunicacional que transmite significados y es parte de los espacios de la vida cotidiana de la gente. Pero sus significados como se explicaba pueden tener diferentes significantes, por ello utilizaremos esta teoría, que explica cómo estos objetos visuales al ser heterogéneos y de difícil delimitación exigen una constelación de disciplinas.

Los Estudios Visuales o Cultura visual tienen como objeto de estudio a la “visualidad”. Su objetivo es “dar respuesta al rol de la imagen como portadora de significado en un marco dominado por perspectivas globales” (Guasch, 2005, pág. 60) Por ello tienen una estrecha relación con el análisis de las imágenes y en particular de las pertenecientes a los mass media, como Diario El Extra.

Cuando nos referimos a la “visualidad” no estamos refiriéndonos sólo a las imágenes. Cómo explica claramente W.J.T Mitchell los medios puramente visuales no existen si no que en especial los medios de comunicación se sirven de otros complementos sonido, escritura, etc. (Mitchell, 2005, pág. 21)

Los Estudios Visuales, nos permiten analizar productos comunicacionales, desde diferentes disciplinas, que pueden incluir las dadas al arte. Puesto que “que no se restringen a requerimientos disciplinares estrictos (...) hablamos de un espacio intersticial, de un espacio crecido en intermedios, en el in-between de disciplinas y prácticas” (Brea, 2005) Es decir al ser El Extra un

---

<sup>2</sup> Brea explica que utiliza este término para remarcar la exigencia de una “buena construcción” epistemológica de los discursos de la crítica cultural”. (Brea, 2005 pg. 3)

medio de comunicación con alta visualidad, esta corriente teórica nos permitirá, comprender desde diferentes disciplinas como se configura, y cuáles son los significados que posee.

Uno de los conceptos nacido en el seno del arte y que a partir de los estudios visuales, puede ser utilizado para productos como El Extra, es el de estética.

### **2.2.2 Estética**

La estética es un concepto desarrollado ampliamente dentro de la teoría del arte, con Kant la estética empezó a estar estrechamente ligada con el concepto de belleza y gusto. Y con posteriores filósofos, este concepto permite comprender como el arte entrega un conocimiento sensible. Pero a partir de las vanguardias artísticas el arte toma un giro y con ello sus conceptos.

Marchan Fiz explica como a partir de estas corrientes artísticas la estética se independiza del arte:

“La conexión entre arte y estética es una contingencia histórica y no forma parte de la esencia del arte”, pues “la estética se volvió crecientemente inadecuada para tratar con el arte después de 1960” y “el éxito ontológico de la obra de Duchamp, consistente en un arte que triunfa ante la ausencia o el desuso de consideraciones sobre el gusto, demuestra que la estética no es, de hecho, una propiedad esencial o definitoria del arte” (Fiz citando a Danto, 2009, pág. 19)

Si la estética se independiza del arte y su teoría esto, confirma el supuesto de Brea al establecer que sería un criterio válido para comprender a la visualidad.

José Luis Brea hace una distinción sobre el uso de este concepto en los Estudios Visuales: “no cabría entonces aspirar al trabajo de alguna estética trascendental, absoluta, con pretensiones de poder ofrecer otra cosa que entradillas eficientes al juego de razonamientos” (Brea, 2005, pág. 18). Siendo tan heterogéneas y diferentes las expresiones en los medios de comunicación, debe adecuarse al objeto de estudio, en última instancia “ha de fajarse con la humildad de quién es consciente de que necesariamente las herramientas que trae sufrirán desgaste y deformación en su medirse con los actos culturales y las obras a las que se enfrenta.” (Brea, 2005, pág. 19) El objeto en esta investigación es Diario El Extra, sus elementos y características pueden ser estudiadas por esta corriente, ya que pese a ser un medio escrito cuenta con una alta visualidad.

Umberto Eco explica que a partir del siglo XX la belleza y con ello la estética como su sinónimo, pierde fuerza y hay un triunfo de la fealdad con sus corrientes (grotesco, horrendo, etc) Tanto en las esferas del arte como en las de visualidad, es decir en muchas de las

representaciones visuales modernas como la fotografía, el cine e incluso la literatura, la fealdad de mano con las vanguardias se convierten en un canon de representación.

Nuestra premisa de investigación es que Diario El Extra tiene una estética de lo grotesco. Para ello hemos de conceptualizar como se entenderá a la estética en la investigación:

“es la teoría interna de cada una de las artes, los procedimientos y los dispositivos de una escuela literaria o artística, de un “ismo” o la elección que un artista hace entre la multitud de posibilidades estilísticas, temáticas, ideológicas etc. En esta dirección podrían tenderse incluso ciertos hilos que enhebran las sucesivas corrientes del pensamiento y poéticas artísticas.” (Fiz, 2009, pg. 21)

Es decir buscamos en conjunto de elementos que constituyan la forma general del medio. Si bien antes se entendía a la estética como incluso un sinónimo de belleza. Con la separación de la teoría del arte, también existió una separación de la belleza, incluso que era entendido como bello se modificó. Con las vanguardias existe un “triumfo de la feo” y en los tiempos modernos “la apelación a la fealdad aparece de forma decidida través de la remisión a lo grotesco” (Eco, 2013, pg.369) y es precisamente el grotesco y sus características lo que podría constituir la estética de Diario El Extra.

### **2.2.3 Grotesco**

El grotesco, pese a ser una categoría como hemos definido importante dentro de las vanguardias, no es reciente. Mijail Bajtin ya estudiaba sus características en la Edad Media. Y es de este autor que las expondremos para determinar las adecuadas para nuestro objeto de estudio.

Para Mijail Bajtin, el grotesco está relacionado con el cuerpo y es un concepto que ha ido variando con el tiempo. En “La cultura popular, en la edad media y el renacimiento. El contexto de Francois Rabelais” Bajtin analiza sus diferentes concepciones y su conexión con la cultura popular. Bajtin denomina a la concepción estética de la vida práctica que caracteriza a la cultura cómica de la edad media: realismo grotesco. Este concepto es un elemento espontáneo material y corporal de un principio positivo, y para el autor responde a un contexto determinado.

El realismo grotesco incluye la degradación que consiste en rebajar, es decir “entrar en comunión con la vida de la parte inferior del cuerpo, el vientre y los órganos genitales, y en consecuencia también con los actos como el coito, el embarazo, el alumbramiento, la absorción de alimentos y la satisfacción de las necesidades naturales” (Bajtin, 2003, pág. 20) Para el autor esta degradación paródica es ambigua:

“Son imágenes ambivalentes y contradictorias, y que, consideradas desde el punto de vista estético «clásico», es decir de la estética de la *vida cotidiana preestablecida y perfecta*, parecen deformes, monstruosas y horribles. (...) Son imágenes que se oponen a las clásicas del cuerpo humano perfecto y en plena madurez, depurado de las escorias del nacimiento y el desarrollo” (Bajtin, 2003, pág. 24)

Pero debemos aclarar ciertas cuestiones; para Bajtin el grotesco en la edad media es regenerador, positivo. Esto se pierde en lo que llama más adelante grotesco realista, el cuál toma para sí las características del realismo grotesco y está influenciado por las formas carnales. Es decir en la actualidad y en el caso de nuestro objeto de estudio Diario El Extra no posee un grotesco positivo, no es un proceso regenerador. Sólo mantiene ciertas características por su relación con la cultura popular, entre las que se incluye lo cómico y el uso de un lenguaje familiar:

“El lenguaje familiar de la plaza pública se caracteriza por el uso frecuente de groserías, o sea de expresiones y palabras injuriosas, a veces muy largas y complicadas. (...) Por lo tanto, puede afirmarse que las groserías son una clase verbal especial del lenguaje familiar (Bajtin, 2003, pág. 17)

Otra de sus características es la presencia del cuerpo grotesco definido así:

“El cuerpo grotesco no está separado del resto del mundo, sino que sale fuera de sí, franquea sus propios límites. El énfasis está puesto en las partes del cuerpo en que éste se abre al mundo exterior o penetra en él a través de orificios, protuberancias, ramificaciones y excrescencias tales como la boca abierta, los órganos genitales, los senos, los falos, las barrigas y la nariz. En actos tales como el coito, el embarazo, el alumbramiento, la agonía, la comida, la bebida y la satisfacción de las necesidades naturales, el cuerpo revela su esencia como principio en crecimiento que traspasa sus propios límites.” (Bajtin, 2003, pg. 25)

Desde este punto de vista podemos decir que el grotesco para la investigación estará estrechamente relacionado con el cuerpo y el lenguaje. El cuerpo grotesco, como ya se dijo, está en contra de las concepciones estéticas que determinan lo bello. Expuesto y cercano a la animalidad, lo que se complementa con el uso del lenguaje popular, que incluye la sátira, la parodia, la burla e incluso el insulto.

Si tomamos en cuenta a leves rasgos las características presentadas, Diario El Extra las cumple: existe un uso del lenguaje popular, incluida la burla, con la aparición de cuerpos llevados a la vida y a la muerte (Es conocido el especial de los “lunes sexy” que incluye fotos eróticas de mujeres así también la exposición de cadáveres en portadas, con sangre y titulares sugerentes) además de no ser un realismo grotesco, sino un grotesco realista.

Bajtin explica y eso lo vimos también en los estudios previos sobre el grotesco expuesto en el capítulo uno; el grotesco es ambigüedad. En la actualidad es un punto intermedio entre la tragedia y

la comedia, esto es importante para nuestro objeto de estudio, pues Diario El Extra en sus narraciones muestra esa ambivalencia.

Las noticias que se presentan en especial de crónica roja, son el relato de la muerte de una persona, en muchos casos de forma violenta lo que se determinaría como la tragedia, mientras que tenemos un titular que puede decir “Se “embaló” hacía el más allá” El uso de “embaló” da un tono jocoso al titular, pues es una palabra de uso popular, lo que sería levemente la comedia, pero sigue existiendo una noticia trágica. El lector entonces puede visibilizar lo grotesco, en el cual, la risa puede aparecer pero con un dejo de tristeza, impresión, miedo incluso.

Ahora, en la investigación el grotesco se convierte en una estética determina que puede ser definida y contrastada con un análisis, a continuación conceptualizaremos la estética de lo grotesco.

#### **2.2.4 Estética de lo grotesco**

La estética de lo grotesco será concebida como un conjunto de características y elementos determinados que pueden ser definidos: primero necesita del cuerpo grotesco, segundo el lenguaje popular y por último la ambigüedad. El cuerpo debe estar desbordado y llevado al límite; fluidos, protuberancias, muerte, sexo, irregularidades en sí la fealdad del ser humano revelada en su cuerpo, mientras que el lenguaje está compuesto de sátira, burla y comicidad. Diario El Extra contiene la característica del cuerpo grotesco pues gran parte de sus fotografías son acerca de cadáveres, si bien no hay una sobre explotación de lo abyecto, si existe un criterio de mostrar siempre que se pueda el objeto de la violencia, que en su mayoría es un cuerpo.

En cuanto al lenguaje popular, es claro que es la regla, tanto editores como periodistas apuntan a que las noticias deben ser escritas para que el público popular las entienda y se identifique, si bien hay un correcto uso del lenguaje, la existencia de adjetivos y jerga popular es una constante. Por último la ambigüedad en la presentación de textos y de imágenes que vuelven grotescas las escenas y noticias, pues el grotesco trastoca por su falta de belleza y su punto intermedio entre lo trágico y cómico, la vida y la muerte.

El grotesco puede encontrarse en diversas manifestaciones artísticas, pues su nombre nace de allí. Pero como se explicó los estudios visuales nos permiten utilizar este concepto para otras visualidades, tales como cine, video y también la imagen periodística. Para poder confirmar si este concepto puede tener relación con la visualidad de Diario El Extra utilizaremos la semiótica visual, disciplina que nos brindará tanto un marco teórico como metodológico de análisis.

### 2.2.5 Semiótica de lo visual

Diario El Extra tiene una gran carga visual, su portada está constituida en gran parte por imágenes y se constituye como la principal arma para llamar la atención de las audiencias y por tanto sus ventas. La imagen puede resultar engañosa pues parece mostrar la realidad de los sucesos, más cuando hablamos de fotografía de prensa, esta debe ser editada y elegida por quienes producen el medio, lo cual es una intervención que nos muestra que no es necesariamente la realidad lo que se refleja. A diferencia del dibujo, el trabajo del fotógrafo tiene como objetivo captar la realidad con el instrumento, el cual queda oculto, por tanto el trabajo del fotógrafo y editor también, el cual incluye el encuadre, contraste, edición etc.

Parecido a las imágenes de televisión, las fotografías de prensa venden una supuesta verdad y objetividad de los medios de comunicación que es imposible de lograr a cabalidad. Pero en esta investigación nuestro interés es llegar a develar los procesos de conformación del mensaje y en definitiva, que busca el emisor al transmitirlo.

Para Barthes “La fotografía de prensa es un mensaje. Una fuente emisora, un canal de transmisión y un medio receptor constituyen el conjunto de su mensaje” (1986, pg.11) La imagen por tanto es un producto y un medio, y tiene una estructura propia.

La semiótica de lo visual se encarga del estudio del signo icónico y los procesos de sentido-significación a partir de la imagen, lo semiótico explica cómo se forman los signos y el proceso por el cual estos llegan a significar pero no se limita sino que también los sitúa en un contexto social-cultural. (Karam, 2014, pg. 2) Esta semiótica se establece independiente de la lingüística y crea sus propios términos para explicar fenómenos de distinta estructura que lenguaje, intenta llegar a sus propios mecanismos de significación.

La imagen se convierte en el objeto principal de análisis aunque esta pueda estar acompañada del lenguaje como explica Barthes (1986). Su estudio resulta primordial porque la imagen comunica, mediada por las convenciones culturales y la vida social, el mensaje que envía nos permite comprender la construcción social de sentidos. Como explica Karam:

“La imagen se puede ver no sólo como sistema de expresión, sino una estrategia política y social, como un elemento fundamental en la explicación de grupos sociales, religiones, sistemas políticas y, ahora, de los medios de información colectiva.” (2014, pg. 2)

Ahora el análisis de la visualidad, de la imagen comprende todo un reto. Pues la imagen a diferencia de lo verbal, no puede ser analizada por los fragmentos que la componen, de manera similar al lenguaje. Y no posee una doble articulación. Esto hace que la lingüística no pueda encargarse y sea la semiótica con sus herramientas la que lo abarque.

Eco enfrenta esa posibilidad y le asigna a la imagen otra denominación que visibilice su estructura de mejor manera: el signo icónico. Esta definición se basa a las distinciones trídicas de Charles Peirce (tanto en las consideraciones el signo en sí mismo, el signo con relación con el objeto, y el signo en relación con el interpretante) que respaldan la propuesta de la imagen como signo. Eco es más específico y se refiere a la imagen como un signo icónico, pues “Peirce definía los iconos como los signos que originariamente tienen cierta semejanza con el objeto a que se refieren” (Eco citando a Peirce, 1986) Aunque difiere de la idea del icono como fiel referente del objeto.

Para Eco los signos icónicos están definidos de la siguiente manera:

“los signos icónicos no poseen las propiedades del objeto representado sino que reproducen algunas condiciones de la percepción común, basándose en códigos perceptivos normales y seleccionando los estímulos que —con exclusión de otros— permiten construir una estructura perceptiva que —fundada en códigos de experiencia adquirida— tenga el mismo «significado» que el de la experiencia real denotada por el signo icónico. (Eco, 1986)

Es decir el signo icónico, no es el objeto y por ello ni siquiera tiene las características representadas, lo que hace posible que nuestros sentidos perciban esa imagen como el objeto real, es la convención, basada en códigos que permiten su reconocimiento. Por ello las imágenes que están expuestas en Diario El Extra, no son la realidad en sí, son la representación de la misma mediada por diferentes actores, que pueden ser reconocidas porque, como se explicó en la teoría de la gestión coordinada de significado y los Estudios Culturales, los sujetos poseen un marco conceptual común, que permite que sean reconocidos como los objetos reales.

Estos códigos no son la naturaleza el signo icónico, como en el caso del lenguaje sino la misma mecánica de percepción que para Eco puede ser considerada como un acto de comunicación. Los denomina códigos de reconocimiento, posibles porque la imagen es convencionalizada, en cuanto al código como un bloque con elementos de articulación si es que existen, Eco estima que son muy débiles. Es decir no existe un código claro, como en el caso de la lingüística que componga la imagen. Una fotografía no puede analizarse como una frase, pues su significado varía gracias a la percepción, se puede alcanzar un análisis gracias a que la imagen es convencionalizada, existe en un contexto determinado, que permite que ciertos códigos sean compartidos entre los sujetos.

El signo icónico al no ser figurativo, es decir no reproduce la realidad con naturalidad, tiene ciertas características definidas “Las propiedades ópticas del objeto (visibles), las ontológicas (presumibles) o las convencionalizadas” (Eco, 1986, pg. 176) Nuestras representaciones están mediadas tanto por lo que vemos, las características que le damos al objeto y las convenciones que se le han asignado.

Por ejemplo, en el caso de Diario El Extra, la imagen de un accidente es leída por el lector, tanto por los elementos que posee, un auto, carretera etc. Como las características que yo le puedo dar, es decir que esa carretera es peligrosa entre otras, así como las convencionalizadas que puede significar que un choque en una carretera es un accidente vial. Es decir que en la interacción como vimos participan diferentes actores como el emisor, el receptor y la sociedad, cultura etc.

Esto es obvio cuando comprendemos que los sujetos pueden representar un objeto, no como un traspaso de la realidad, sino con las herramientas y los límites que posee. El periodista tiene cierto espacio y elecciones para la representación, puede elegir poner en la portada una foto, un gran titular o una ilustración, pero es un mismo hecho. Por ello nunca podrá ser un reflejo de la realidad, además existe una necesidad de que la representación sean comprendida por los sujetos por ello, necesita ser convencionalizada, lo que hace que algunas representaciones sean simplificadas.

La imagen incluso, específica Eco, no basta y es necesario para pasar de lo general a lo particular que exista un enunciado verbal que la acompañe, lo que sucede en las portadas de Diario El Extra, existen de dos a más enunciados verbales para explicar una imagen y sea comprendida en su totalidad por las audiencias.

Barthes comparte esta proposición y asevera que existe a parte del mensaje lingüística dos mensajes más: el denotado que es lo análogo de la imagen, y el connotado, que es en cierta manera el modo en la sociedad ofrece al lector su opinión sobre aquel. (Barthes, 1986, pg. 13) este último es en el cuál se puede visibilizar el estilo, el modo e incluso la estética de quién envía el mensaje.

Es el que nos interesa en el análisis de Diario El Extra para visibilizar la existencia de una estética de lo grotesco, esto ser hará a partir de distintos códigos. Barthes afirma que el código, como bloque de elementos constituyentes no existe, más también establece la existencia de códigos que permiten la lectura de los mensajes de manera más precisa en el mensaje connotado:

“el código del sistema connotado está constituido visiblemente bien por un sistema de símbolos universal, bien por la retórica de una época, en definitiva, por una reserva de estereotipos (esquemas, colores, grafismos, gestos, expresiones, agrupaciones de elementos)” (Barthes, 1986, pg15)

Y estas convenciones reposan en la cultura de una determinada sociedad. Por tanto para el autor el signo es de tipo convencional. Vilches explica que “si se quiere hablar de semejanza en la semiótica se debe estudiar como una correspondencia no entre un objeto real y una imagen sino entre el contenido cultural del objeto y la imagen” (Vilches, 1988, pg.16) que es lo que posibilita la creación de un código que haga que la imagen sea convencional. Precisamente, este conjunto de elementos permite que el mensaje sea comprendido, pero también puede construir la estética del

medio. Es decir podemos plantear distintos códigos que se utilicen en nuestro marco social-cultural para construir la imagen, los cuales nos permitirán fragmentarla y analizar su contenido.

Para la semiótica visual, el sentido es construido por el sujeto pero a partir de una convención producto de una interacción social, enmarcada en una cultura. Por ello esta teoría nos permitirá entender cuál es la estructura de los signos que existen en Diario El Extra y su lectura, así también el marco socio-cultural en el que se erigen. Si entendemos que los signos icónicos son las imágenes y que no son el objeto real, podemos asegurar que no es la realidad la que ven los lectores de Diario El Extra sino su representación y que esta representación tiene una estructura definida, que puede responder a una estética de lo grotesco.

A continuación ampliaremos el sustento teórico y metodológico para el análisis de portadas de Diario El Extra.

### **2.3 Análisis retórico de la imagen**

Para Umberto Eco las imágenes no pueden ser estudiadas como el lenguaje, el conjunto es un elemento completo, por ello recurre al concepto de enunciado icónico, que son “unidades complejas de significado, que posteriormente pueden ser analizadas en signos precisos, pero muy difícilmente en figuras” (Eco, 1986, pg.208) Refiriéndose a figuras como trazos, relaciones geométricas, son condiciones de percepción. Mientras que los signos se constituyen como artificios gráficos convencionales, son símbolos como nariz, ojo, nube etc. Los enunciados icónicos se plantean como la imagen con sus diversos elementos, que puede visibilizarse pero que construyen un propio texto.

En el caso de esta investigación son las ventanas de diseño, que es un conjunto de signos icónicos con una sólo temática y componen un enunciado icónico completo. La portada de Diario El Extra está constituida por diversas ventanas, estas separan cada titular y ayudan a la composición gráfica, así también separan enunciados icónicos y dotan un orden al discurso.

La metodología que se utilizará para analizar este texto como una unidad es la utilizada por Roland Barthes, en su estudio sobre la publicidad de Panzani tomaremos el método de análisis retórico, en el cual se utilizan conceptos semióticos llevados a la visualidad. Barthes lo utiliza para conocer los límites de la imagen, porque adquiere sentido y cuál es.

Para Barthes la imagen está compuesta de tres mensajes (Barthes, 2013, pág. 1) los cuales iremos desglosando a continuación de manera que nos permitan componer una matriz. Cabe distinguir que el análisis de Barthes se centró en una imagen publicitaria puesto que estos mensajes guardan

claramente un objetivo, en nuestro caso se centrará en las imágenes periodísticas, siendo más específicos las portadas de Diario El Extra, que tienen se supone también un objetivo claro: informar.

### **2.3.1 Lingüístico**

Está comprendido por las leyendas, etiquetas todo lo escrito; un lenguaje articulado que podemos decodificar, si identificamos el código al que pertenece es decir la lengua. En el caso de Diario El Extra se puede encontrar enunciados lingüísticos en la portada, tanto en los titulares, antetítulos y sumarios, el mensaje lingüístico principal es el titular y su función es llamar la atención sobre la noticia e informar, el antetítulo que entrega información adicional y el sumario que ya da entradas sobre el contenido de la noticia. Además existen pies de foto, que se encuentran dentro de la imagen.

El mensaje lingüístico tiene dos elementos: denotación y connotación. (Barthes, 2013, pág. 1) Pero también se puede tener dos clasificaciones dependiendo de su utilización.

#### **2.3.1.1 Anclaje**

“Ayuda a identificar pura y simplemente los elementos de la escena y la escena misma: se trata de una descripción denotada de la imagen (descripción a menudo parcial), o, según la terminología de Hjelmslev, de una operación (opuesta a la connotación.” (Barthes, 2013, pág. 2)

Esta es la función que aparece comúnmente en la prensa, en especial en el sumario y los antetítulos.

#### **2.3.1.1 Relevo**

“La función de relevo es menos frecuente (por lo menos en lo referente a la imagen fija); se la encuentra principalmente en los dibujos humorísticos y en las historietas. Aquí la palabra (casi siempre un trozo de diálogo) y la imagen están en una relación complementaria” (Barthes, 2013, pág. 4) En el caso del Extra puede que esta función se encuentre también en otros espacios, ya que utiliza el humor en la portada, incluso para titulares.

### **2.3.2 Mensaje Icónico no codificado**

También considerado como mensaje perceptivo, Barthes afirma que la separación entre mensaje icónico no codificado y codificado, es equivalente a la de significante y significado, y por tanto de denotación y connotación.

El mensaje denotado “si se quiere, es un mensaje privativo, constituido por lo que queda en la imagen cuando se borran (mentalmente) los signos de connotación” (Barthes, 2013, pág. 6) Aunque Barthes confirma que eso es casi imposible, de todas maneras para el análisis se puede ver que “es un mensaje suficiente, pues tiene por lo menos tiene un sentido a nivel de la identificación de la escena representada” (Barthes, 2013, pág. 6) Considerar a la imagen sólo desde este sentido explica Barthes es perjudicial en la publicidad pues naturaliza el discurso, como si la imagen no fuera compuesta y puesta en escena, lo mismo ocurre para la prensa.

El análisis debe presentar el sentido denotado, pero el connotado es igual de importante. Pese a que en el caso de la prensa, la fotografía es tomada desde los hechos ocurridos como veremos más adelante, el enfoque, la angulación e incluso la edición, participan y por tanto no tenemos una fotografía “objetiva” en su totalidad.

### **2.3.3 Mensaje icónico codificado**

También considerado mensaje cultural o connotado, es el mensaje no explícito que se pueden leer en un imagen. Que son posibles decodificar por un código cultural compartido entre los participantes. Si bien las lecturas pueden ser diversas “la variación de las lecturas no es anárquica, depende de los diferentes saberes contenidos en la imagen (saber práctico, nacional, cultural, estético) etc.” (Barthes, 2013, pág. 6) y es posible llegar a una conclusión cuando se eligen los connotadores de análisis que se convertirán en el código por el cual es posible analizar la manera en que fueron configuradas, en este caso las portadas de Diario El Extra

Para poder analizar la “sustancia elegida” es decir nuestro objeto de estudio se utiliza los significantes connotación también llamados connotadores, y al conjunto se determina como retórica. De todas maneras esta lectura no agota a la lexía, sino que se complementa con la imagen denotada. Es a partir de ellos que se puede identificar un discurso en la imagen, en Diario El Extra,

teniendo en cuenta la particularidad del medio los connotadores que hemos elegido son los siguientes:

### 2.3.3.1 Connotadores para el análisis

Carlos Abreu define diferentes connotadores para las fotografías periodísticas, en las cuales se mezclan la información y la opinión (Abreu, 2000), de los cuales elegimos los siguientes:

#### 2.3.3.1 Encuadre

Se considera como la selección que hace el fotógrafo ya que no se puede alcanzar a fotografiar todo el espacio, el encuadre es la elección de cuatro puntos del reportero. Los planos de encuadre se clasificarán de la siguiente forma:

<i>Planos generales:</i>
<b>Gran plano general:</b> describe un entorno donde el protagonista no tiene ninguna importancia
<b>Plano general:</b> El personaje cobra tanta importancia como el entorno en que se halla.
<b>Plano de conjunto:</b> la entidad del personaje está por encima de la del entorno
<i>Planos medios</i>
<b>Plano americano:</b> media vista natural entre los interlocutores
<b>Plano medio largo:</b> Los gestos del personaje refuerzan su diálogo
<b>Plano medio corto:</b> la expresividad de las manos desaparece a favor de la cara
<i>Primeros planos</i>
<b>Primer plano:</b> El más expresivo
<b>Primerísimo plano:</b> el más dramático y asfixiante.
<b>Plano detalle:</b> su peculiaridad lo hace más recomendable en objetos que en personas.

(Monaj, 2006, pág. 37)

#### 2.3.3.2 Angulación

Está definida como la posición del fotógrafo o de la cámara.

<b>Ángulo normal:</b> Para una posición de cámara normal la sensación transmitida es de naturalidad. La línea de horizonte se situará a la altura de la cámara, esa angulación neutra nos resultará familiar y cotidiana.
<b>Ángulo picado:</b> En este caso la línea del horizonte se ubica a una altura de 2/3 de la parte inferior del encuadre, la sensación transmitida es de pequeñez y vulnerabilidad.
<b>Ángulo contrapicado:</b> Con este ángulo le otorgaremos superioridad al personaje ay que se lo realza. Aquí el horizonte se dispondrá cerca de la parte inferior del encuadre.
<b>Ángulo cenital:</b> La cámara se encuentra retratando el suelo o lo que haya debajo es una posición vertical superior al objeto.
<b>Ángulo oblicuo:</b> Esto es, pivotar a derecha o izquierda el encuadre sobre su centro, girándolo. De esta manera se puede acentuar desequilibrios emocionales o físicos.

(Monaj, 2006, pág. 39)

### 2.3.3.2 Color

El color resulta muy importante para el diseño periodístico, en este caso utilizaremos la psicología del color de Eva Heller, la cual a partir de un estudio cuantitativo. Determinó diferentes significados a los colores. Estos pueden modificarse por cuestiones culturales, así como tonalidades pero serán descritos de manera general así:

<b>Azul:</b> El color de la simpatía, la armonía y la fidelidad, pese a ser frío y distante. Color de las divinidades, de las cualidades intelectuales y masculinas, aunque también existe un azul femenino relacionado con las vírgenes.
<b>Rojo:</b> Color de todas las pasiones, el amor y el odio, color de los reyes y el comunismo, alegría y peligro. Está relacionado con la sangre, el fuego tiene cercanía con la agresividad.
Si se mezcla con negro puede estar cercano al peligro y a lo prohibido. Si está mezclado con violeta o rosa, con el sexo. Entre sus contradicciones puede ser el color de lo inmoral, pero también de las correcciones.
<b>Amarillo:</b> Es el color más contradictorio. Está relacionado con el optimismo y los celos, es diversión entretenimiento pero también de la traición. Es del oro y del azufre. Es un color agudo. Que en su expresión más llamativa puede ser de advertencia.
<b>Verde:</b> Es el color de la fertilidad y la esperanza. Existe un verde sagrado y un verde venenoso, es un color intermedio.
<b>Negro:</b> Es el color del poder, de la violencia y de la muerte. Es el color favorito de los

diseñadores y de la juventud. Es el color de la negación y la esperanza. Además es muy importante en el luto. El negro mezclado con el amarillo, está relacionado con el egoísmo y culpa y con el violeta, con lo misterioso.
<b>Blanco:</b> Color femenino de la inocencia. Es el color del bien y de los espíritus. Relacionado con la perfección.
<b>Naranja:</b> El color de la diversión y del budismo. Exótico y llamativo.
<b>Violeta:</b> Color del poder y la teología, la magia, el feminismo y el movimiento gay.
<b>Rosa:</b> Dulce delicado, escandaloso y cursi.
<b>Oro:</b> Dinero, felicidad y lujo.
<b>Plata:</b> Color de la velocidad, del dinero y de la luna
<b>Marrón:</b> Color de lo acogedor, corriente y la pereza, da la sensación de lo anticuado, robusto.
<b>Gris:</b> Aburrimiento, anticuado y la crueldad.

(Heller, 2004)

### 2.3.3.4 Proporción del espacio

La proporción se refiere a la justa y armoniosa relación de una parte con otras o con el todo. Esta relación puede ser no solo de magnitud, si no de cantidad o también de grado. En este caso se definirá proporción del espacio de los diferentes elementos del signo iconográfico y su relación en la composición, es decir el espacio que ocupan y la importancia, para ello se verificará su posición en la portada siguiendo un orden de lectura que por importancia sería primero el superior izquierdo hasta llegar al inferior derecho.

### 2.3.3.4 Edición

La edición es uno de los connotadores más complejos de análisis ya que solo se puede identificar cuando es evidente, pero es utilizada diariamente al producir las fotografías. Por ello es importante “el trabajo del editor gráfico a la hora de seleccionar y editar las fotos -o de quien esté encargado de estas tareas- también está cargado de subjetividad -opinión implícita- y puede ser utilizado para opinar abiertamente o para distorsionar informaciones” (Abreu, 2000) aunque siempre existe una edición es decir: corrección de color, recorte etc. Sólo es posible descifrar si una imagen fue editada con otros objetivos, si tenemos la original o si la edición es visible.

En el caso de Diario El Extra sí existe edición básica, pero es mucho más notable en la cual se superponen imágenes sobre otras. En el caso de los medios de comunicación esto suele ser dependiendo del caso una falta de ética, mucho más si se modifica información. Pero también, y eso se ve en Diario El Extra, se utiliza para darle más énfasis a un suceso o darle relevancia.

A continuación se procederá al análisis de las portadas en el cual, podremos evidenciar de mejor manera los connotadores. Además de determinar los elementos que componen la portada y su significado.

## CAPITULO 3

### Análisis de muestras gráficas de Diario El Extra

#### 3.1 Metodología

La investigación tiene como uno de sus objetivos conocer el proceso de producción de mensajes, por parte de Diario El Extra. Es por ello que utilizaremos el enfoque cualitativo el cual nos permitirá interpretar el proceso de producción del Diario

El método que utilizamos en nuestra investigación es el análisis de las portadas de Diario El Extra, de una muestra representativa de cuatro portadas ubicadas en el periodo desde el 31 de octubre al 20 de noviembre del 2014.

La matriz de análisis está basada en los postulados Roland Barthes, en particular el texto “retórica de la imagen” ya que este autor integra en el análisis no sólo la imagen sino el texto que la acompaña, como parte fundamental de la retórica, además la fragmentación que hace de la imagen nos permitió analizar detenidamente cada elemento, para luego hacerlo en conjunto.

Además se utilizó las entrevistas realizadas por Frantz Jaramillo en 2011, para su proyecto de tesis en antropología visual, sobre Diario El Extra y su documental “Horas Extra” (2012) para comprender las dinámicas al interior del medio. Estas entrevistas son muy particulares ya que por las grabaciones del documental, Jaramillo logró compenetrarse con el equipo periodístico y lograr que los sujetos tengan más libertad al hablar de su trabajo. Algo que no se hubiese logrado, con una entrevista directa. Con las opiniones del ex-editor general Henry Holguín, editores y periodistas se complementará el análisis de las matrices para verificar si existe una estructura determinada y sí se le puede denominar una estética de lo grotesco.

La tesis tiene un tipo de investigación cualitativa pues utilizamos la recolección de datos no numéricos para descubrir o afinar nuestra pregunta de investigación, con un método inductivo que busca lograr los objetivos a partir de una muestra determinada para ir de lo particular a lo general y profundizar en el problema de la investigación. (Hernández, Fernández, Baptista: 2006)

#### 3.2 Matriz de análisis

La matriz de análisis se elaboró en base al texto de Roland Barthes “retórica de la imagen”, los connotadores de análisis pueden ser varios, pero se escogió de los expuestos por Carlos Abreu, los

que más se pueden visualizar en Diario El Extra, se alimentó además con otros autores como Eva Heller en la psicología del color. Así la elaboración de la matriz es propia del autor de la tesis basada en aportes de otros estudiosos del tema.

Fecha de emisión:										
Enunciado iconográfico	signos iconográficos	mensaje lingüístico		mensaje visual						
		denotativo	connotativo	ícono no codificado	ícono codificado					
				Denotación	Connotadores					Connotación
					Planos de encuadre	angulación	color	edición	proporción del espacio	
	Titular									
	Antetítulo									
	Sumario									
	Imagen principal									
	Imagen secundaria									
OBSERVACIONES										

3

### 3.3 Muestra de análisis

Nuestra muestra está considerada desde el 31 de octubre hasta el 20 de noviembre del 2014, las cuales fueron elegidas primero por entrar en el periodo de investigación y segundo por contener en gran medida noticias acerca de crónica roja, que son las que explotan en mayor medida el grotesco, por su relación con el cuerpo grotesco.

Cada portada debía contener tres noticias relevantes relacionadas con la crónica roja o el cuerpo, se eligió como base tres noticias, pues se visibilizó que es el máximo de exposición de noticias sobre el tema en una sola portada en el periodo de análisis escogido. Se eligieron a las portadas porque son las páginas con más carga visual de todo el medio.

Las fechas de las portadas son:

31 de octubre

04 de noviembre

12 de noviembre

15 de noviembre

El análisis de la muestra será dividido por cada ventana de la noticia, para luego proceder a un análisis completo en conjunto con las entrevistas.

<sup>3</sup> La distinción de color, nos ayuda a separar los tres mensajes que plantea Roland Barthes, lingüístico, icónico no codificado e icónico codificado.

### 3.4 Análisis de portadas

#### 3.4.1 Portada 31 de Octubre del 2015

**EXTRA**  
INFORMA PRIMERO Y MEJOR  
EL DIARIO DE MAYOR CIRCULACIÓN DEL ECUADOR  
Guayaquil, 31 de Octubre 2014

**¡CORRE POR TU COMPU!**  
TEN TU PORTÁTIL ANDROID A UN PRECIO INCREÍBLE!  
RECORTA Y PEGA HOY TU CUPÓN # 8  
CUPÓN 8 EXTRA  
\$159  
EXTRA XTRATECH TIG

**LAS HISTORIAS MÁS TÉTRICAS NACEN EN EL CEMENTERIO DE EL TEJAR, EN QUITO**  
Ejemplar: Número total de ejemplares puestos en circulación: 130.381

**¡LAS ALMAS HUELEN A ROSAS Y CARNE!**

**EN LA NECRÓPOLIS MÁS ANTIGUA DE LA CAPITAL, reposan cuerpos desde hace dos siglos. En este camposanto se realizarán recorridos teatralizados hasta el domingo.**

**METROPOLITANO SE ACCIDENTÓ EN EL SECTOR DE QUITUMBE, SUR CAPITALINO**  
**¡TROLE LO PARÓ "EN-SECO"!**

**EL UNIFORMADO CIRCULABA EN SU MOTO a las 06:15 de ayer, cuando se Impactó contra el bus de transporte. Allí terminaron sus días. PÁG. 4**

**TRAGEDIA EN CENTRO QUITENO DE MEDICINA BIOENERGÉTICA**  
**¡LE SACARON 4 MUELAS Y NO SE LEVANTÓ MÁS!**

**JOVEN LLEÓ DESDE IBARRA para continuar su tratamiento contra el lupus. Sufrió un paro respiratorio tras la extracción de las piezas dentales, señaló la Fiscalía. PÁG. 5**

Primera ventana

**LAS HISTORIAS MÁS TÉTRICAS NACEN EN EL CEMENTERIO DE EL TEJAR, EN QUITO**

**¡LAS ALMAS HUELEN A ROSAS Y CARNE!**

**PÁGS. 10 Y 11**

**EN LA NECRÓPOLIS MÁS ANTIGUA DE LA CAPITAL, reposan cuerpos desde hace dos siglos. En este camposanto se realizarán recorridos teatralizados hasta el domingo.**

Segunda ventana

**METROPOLITANO SE ACCIDENTÓ EN EL SECTOR DE QUITUMBE, SUR CAPITALINO**

**¡TROLE LO PARÓ "EN SECO"!**

**EL UNIFORMADO CIRCULABA EN SU MOTO a las 06:15 de ayer, cuando se impactó contra el bus de transporte. Allí terminaron sus días. PÁG. 4**



## ¡LE SACARON 4 MUELAS Y NO SE LEVANTÓ MÁS!

**JOVEN LLEGÓ DESDE BARRA** para continuar su tratamiento contra el lupus. Sufrió un paro respiratorio tras la extracción de las piezas dentales, señaló la Fiscalía. **PÁG. 5**

### 3.4.1.1 Matrices portada 31 de octubre del 2014

#### Matriz primera ventana

Fecha de emisión:	31 de octubre 2014	primera noticia									
Enunciado iconográfico	signos iconográficos	mensaje lingüístico		mensaje visual							
		denotativo	connotativo	icono no codificado	icono codificado						
				Denotación	Connotadores					Connotación	
¡LAS ALMAS HUELEN A ROSAS Y CARNE!						Planos de encuadre	angulación	color	edición	proporción del espacio	
	<b>Titular</b>	¡LAS ALMAS HUELEN A ROSAS Y CARNE!	Los muertos no huelen a descomposición, huelen a muy bien, lo que es extraño.					Letras rojas bordes negros			El rojo y el negro son de advertencia y tratan de llamar la atención
	<b>Antetítulo</b>	LAS HISTORIAS MÁS TÉTRICAS NACEN EN EL CEMENTERIO DE EL TEJAR, EN QUITO.	En el cementerio existen fantasmas					"las historias más tétricas" está de color amarillo con fondo rojo, mientras que "nacen en el cementerio de el tejlar, en Quito" letras blancas con fondo negro.			La primera oración sigue siendo de alerta, la siguiente es de información
	<b>Sumario</b>	EN LA NECRÓPOLIS MÁS ANTIGUA DE LA CAPITAL, reposan cuerpos desde hace dos siglos. En este camposanto se realizarán recorridos teatralizados hasta el domingo.	El cementerio es muy antiguo, por eso existen tantas historias, se va a relizar un recorrido contándolas.					"En la necrópolis más antigua de la capital" se encuentra en color amarillo, lo demas en color blanco. Todo en fondo negro			necropolis en color amarillo, recuerda a la muerte mientras que lo demás es por entregar información
	<b>Imagen principal</b>			Es la imagen del cementerio, hay dos escaleras, se puede ver un vaho que forma la silueta de una persona.		general	contrapicado leve			la fotografía ocupa toda la ventana, y esta ubicada en toda la parte superior de la portada	Tratan de simular un ambiente de espíritus y fantasmas, con el lugar abandona y la silueta.
OBSERVACIONES:											

## Matriz segunda ventana

Fecha de emisión:	31 de octubre 2014	Segunda noticia								
Enunciado iconográfico	signos iconográficos	mensaje lingüístico		mensaje visual						
		denotativo	connotativo	icono no codificado	icono codificado					
¡TROLE LO PARÓ "EN SECO"!				Denotación	Connotadores					Connotación
					Planos de encuadre	angulación	color	edición	proporción del espacio	
	Titular	¡TROLE LO PARÓ "EN SECO"!	UN TROLE FRENO A UN HOMBRE MEDIANTE UN CHOQUE				letras en color blanco borde negro			Se entrega información, las mayúsculas y el tamaño de la letra le da relevancia
	Antetítulo	METROPOLITANO SE ACCIDENTÓ EN EL SECTOR DE QUITUMBRE, SUR CAPITALINO	Un oficial del municipio se accidentó en el sur de Quito.				"metropolitano se accidentó" letras en color rojo, lo demás en color negro			para hablar del accidente, se le asigna un negro relacionado con la sangre y lo siguiente en color negro porque se le asigna información adicional
	Sumario	EL UNIFORMADO CIRCULABA EN SU MOTO a las 6:15 de ayer, cuando se impactó contra el bus de transporte. Allí terminaron sus días. PÁG.4.	El municipal tuvo un accidente en moto, en el que resultó muerto				"el uniformado circulaba en su moto" letras en color rojo, lo demás en color negro			cunaod se habla del vehiculo está en rojo, para ahondar en el peligro, lo siguiente en negro es señal de información adicional
	Imagen principal			El cuerpo del oficial municipal se encuentra en el suelo cubierto por una bolsa negra, junto a él se encuentra moto y el casco. La escena esta cercada por conos	general	picado leve			la fotografía ocupa en un 80% la ventana, y esta ubicado en la parte inferior izquierda de la portada	Con el ángulo presentamos al cuerpo vulnerable del oficial, mientras que con el plano mostramos la escena del accidente
OBSERVACIONES:										

### Matriz tercera ventana

Fecha de emisión:	31 de octubre 2014	tercera noticia								
Enunciado iconográfico	signos iconográficos	mensaje lingüístico		mensaje visual						
		denotativo	connotativo	icono no codificado	icono codificado					
¡LE SACARON 4 MUELAS Y NO SE LEVANTÓ MÁS!				Denotación	Connotadores					Connotación
					Planos de encuadre	angulación	color	edición	proporción del espacio	
	Titular	¡LE SACARON 4 MUELAS Y NO SE LEVANTÓ MÁS!	Fue al dentista y terminó muerto				letras color negro fondo blanco			se entrega información, por las mayúsculas y el tamaño se le asigna importancia y relevancia.
	Antetítulo	TRAGEDIA EN EL CENTRO DE QUITIÑO DE MEDICINA BIOENERGÉTICA	La muerte no era esperada				letras color blanco fondo rojo			el color blanco le dota de información, mientras que el rojo de advertencia o sangre
	Sumario	JOVEN LLEGÓ DESDE IBARRA para continuar con su tratamiento contra el lupus. Sufrió un paro respiratorio tras la extracción de las piezas dentales, señaló la Fiscalía.	el Joven falleció durante un proceso médico mal realizado.				letras color blanco fondo rojo			el color blanco le dota de información, mientras que el rojo de advertencia o sangre
	Imagen principal			un grupo de cuatro hombres se lamenta, dos de ellos tienen las manos en el rostro	plano medio	normal			la fotografía ocupa el 50% de la ventana, y están ubicadas al lado inferior derecho de la portada	Se puede ver el dolor de los familiares por la muerte del fallecido, el plano medio favorece porque se puede ver el rostro.
	OBSERVACIONES:									

# EXTRA

INFORMA PRIMERO Y MEJOR

EL DIARIO DE MAYOR CIRCULACIÓN DEL ECUADOR

Guayaquil, 04 de Noviembre 2014

¡CORRE POR TU COMPU!

(CON TU PORTÁTIL, ANDROID A UN PRECIO INCREÍBLE)

\$159

A ESPERAR LUNES

RECORTA Y PEGA HOY  
TU CUPÓN # 12

CUPÓN 12  
EXTRA

EXTRA
XTRATECH
TIC

CUATRO MUERTOS Y 25 HERIDOS EN VÍA PIFO-PAPALLACTA

¡URGENTE!

AQUÍ OCURRIÓ TODO

MAÑANA MIÉRCOLES  
ESPERA EL  
FASCÍCULO # 2  
DE TU RECETARIO  
DE COCINA:  
**¡SAZÓN  
CRIOLLA!**

## ¡SE "EMBALÓ" AL MÁS ALLÁ!

LOS HERIDOS FUERON  
EVACUADOS EN HELICÓPTERO

**EL BUS DE LA COOPERATIVA PELILEO** se volcó en una curva cerrada con 45 pasajeros, cuando iba de Napo a Quito. Según la Policía, se presume que todo se debió al exceso de velocidad. Una mujer, una niña y dos hombres, entre ellos el chofer del bus, perdieron la vida. **PÁG. 3**

SANGRE EN RUTA ALÓAG-SANTO DOMINGO

¡QUEDÓ ATRAPADO ENTRE  
EL CARRO Y LA MONTAÑA!

**UNA FORD EXPLORER SE IMPACTÓ** contra un bus que iba hacia Tandapi. El conductor de la camioneta, que falleció en el accidente, sería un militar. **PÁG. 2**

POLICÍA INVESTIGA A ALBAÑIL POR CRÍMENES DE SEIS MUJERES Y UN NIÑO EN PICHINCHA Y TUNGURAHUA

## ¡CAYÓ SUPUESTO "MONSTRUO DE LA BUFANDA"!

**EL SOSPECHOSO ESTABA ENTRE LOS MÁS BUSCADOS** por la Policía. Confesó cómo mató y enterró a su esposa, y a su hijastro de nueve meses. **PÁG. 4**

RESTOS HUMANOS EN LA FOSA

Primera ventana

**CUATRO MUERTOS Y 25 HERIDOS EN VÍA PIFO-PAPALLACTA**

Ejemplar:  
Número total de ejemplares  
puestos en circulación:  
126.439

**¡URGENTE!**

ACUÍ OCURRIÓ TODO

MAÑANA MIÉRCOLES  
ESPERA EL  
FASCÍCULO # 2  
DE TU RECETARIO  
DE COCINA:  
**¡SAZÓN CRIOLLA!**

**¡SE "EMBALÓ" AL MÁS ALLÁ!**

LOS HERIDOS FUERON EVACUADOS EN HELICÓPTERO

**EL BUS DE LA COOPERATIVA PELILEO** se volcó en una curva cerrada con 45 pasajeros, cuando iba de Napo a Quito. Según la Policía, se presume que todo se debió al exceso de velocidad. Una mujer, una niña y dos hombres, entre ellos el chofer del bus, perdieron la vida. **PÁG. 3**

Segunda ventana

**EL BUS DE LA COOPERATIVA PELILEO** cuando iba de Napo a Quito. Según la Policía, se presume que todo se debió al exceso de velocidad. Una mujer, una niña y dos hombres, entre ellos el chofer del bus, perdieron la vida. **PÁG. 3**

**SANGRE EN RUTA ALÓAG-SANTO DOMINGO**

**EDY HURTADO HURTADO**

**¡QUEDÓ ATRAPADO ENTRE EL CARRO Y LA MONTAÑA!**

**UNA FORD EXPLORER SE IMPACTÓ** contra un bus que iba hacia Tandapi. El conductor de la camioneta, que falleció en el accidente, sería un militar. **PÁG. 2**

**POLICÍA INVESTIGA A ALBAÑIL POR CRÍMENES DE SEIS MUJERES Y UN NIÑO EN PICHINCHA Y TUNGURAHUA**

# **¡CAYÓ SUPUESTO "MONSTRUO DE LA BUFANDA"!**

**EL SOSPECHOSO ESTABA ENTRE LOS MÁS BUSCADOS** por la Policía. Confesó cómo mató y enterró a su esposa, y a su hijastro de nueve meses.

**PÁG. 4**



**RESTOS HUMANOS EN LA FOSA**

### 3.4.2.1 Matrices portada 04 de noviembre 2014

#### Matriz primera ventana

Diario El Extra 04 de noviembre del 2014	N.	Primera noticia							
signos iconográficos	mensaje lingüístico		mensaje visual						
	denotativo	connotativo	Icono no codificado	Icono codificado					Connotación
			Denotación	Connotadores					
				Planos de encuadre	angulación	color	edición	proporción del espacio	
<b>Titular</b>	ISE "EMBALÓ" AL MÁS ALLÁ!	Tuvo una muerte rápida				letras blancas con bordes negros			el blanco es el color de los espíritus, y el negro lo contrasta
<b>Antetítulo</b>	CUATRO MUERTOS 25 HERIDOS EN VÍA PIFO-PAPALLACTA	el accidente ocurrió en una vía por tanto es un accidente de tránsito, mur grave porque hubo cuatro muertos y 25 heridos				letras blancas con fondo rojo			El blanco y el rojo contrastan y nos hablan sobre sangre
<b>Sumario</b>	EL BUS DE LA COOPERTIVA PELILEO se volcó en una curva cerrada con 45 pasajeros cuando iba de Napo a Quito. Según la policía se presume que todo se debió a un exceso de velocidad. Una mujer, una niña y dos hombres, entr ellos el chofer del bus, perdieron la vida. PÁG 3	El accidente ocurrió por culpa del conductor, pues fue por exceso de velocidad				letras blancas con fondo negro			nos dan información adicional
<b>Imagen principal</b>	!Urgente!		Un grupo de policías miran un bus volcado con daños en el frente	Plano general	normal	letras color amarillo, fondo rojo	Tiene un texto por encima de la foto	La fotografía es parte de un collage y se encuentra al lado superior izquierdo de la portada, es la de mayor tamaño.	nos cuenta lo que sucedió, y le dan características de urgencia
<b>Imagen N. 2</b>	AQUÍ OCURRIÓ TODO		Se ve el sitio del accidente alrededor y el bus volcado	Gran plano general	picado	Letras color blanco fondo negro	Hay un círculo rojo que señala el lugar exacto del accidente y un texto.	La fotografía se ubica al lado superior derecho	Nos permite mirar el sitio del accidente, se puede ver una curva y que fue un accidente de mucha magnitud, enfatizan en que es el lugar de los hechos
<b>Imagen N3.</b>			Un grupo de policías carga un cuerpo, cubierto por una bolsa negra	plano americano	normal			La fotografía se ubica al lado inferior derecho.	nos muestra el cadaver y a la policía haciendo su trabajo
<b>Imagen N.4</b>			Se observa un cuerpo cubierto con una bolsa negra y una camisa de cuadros	Plano medio	picado			La fotografía se encuentra en el espacio inferior centrado	nos vuelve a mostrar el cadaver pero ahora con mas detalle y sin la policía
<b>Imagen N.5</b>	LOS HERIDOS FUERON EVACUADO EN HELICÓPTERO		Hay un helicoptero estacionado, en una de sus puertas se encuentra 4 personas, una se esta subiendo al vehículo.	Plano general	normal	letras blancas fondo negro	Tiene un texto dentro de sí	La fotografía se encuentra al alado inferior derecho.	Nos muestra que debido a la magnitud del accident se enviaron helicopteros que ayuden a evacuar a los muertos y heridos, además se entrega información adicional
<b>OBSERVACIONES:</b> Esta noticia cuenta con diferentes textos que se intercalan en la foto, que pueden funcionar como pies de foto, a excepción de urgente, que sólo es un aviso.									

## Matriz segunda ventana

Fecha de emisión:	04 de noviembre del 2015	Segunda noticia								
Enunciado iconográfico	signos iconográficos	mensaje lingüístico		mensaje visual						
		denotativo	connotativo	icono no codificado	icono codificado					
¡QUEDÓ ATRAPADO ENTRE EL CARRO Y LA MONTAÑA!				Denotación	Connotadores					Connotación
					Planos de encuadre	angulación	color	edición	proporción del espacio	
	Titular	¡QUEDÓ ATRAPADO ENTRE EL CARRO Y LA MONTAÑA!	Un hombre en un accidente de tránsito quedó atrapado , entre la roca y el auto. Es un accidente bastante doloroso, porque ha quedado aplastado.				letras amarillas con borde negro			colores de peligro
	Antetítulo	SANGRE EN RUTA ALÓAG-SANTO DOMINGO	En un accidente de tránsito que dejó muertos, explica la ruta específica, que en el caso del Ecuador es una vía con alta incidencia en accidentes				letras blancas con fondo rojo			se entrega información
	Sumario	UNA FORD EXPLORER SE IMPACTÓ contra un bus que iba hacia Tandapi. El conductor de la camioneta, que falleció en el accidente sería un militar	La culpa del accidente al parecer es del fallecido, pues es quién se impactó contra el bus. Cabe decir que es militar y los uniformados no deberían accidentarse, pues son conocedores de las normas de tránsito.				letras negras con fondo mostaza			se entrega información del culpable del accidente
	Imagen principal			Hay un bus estacionado, a su lado un auto destrozado, y un cuerpo con una bolsa negra encima esta entre la montaña y el auto. Policía y socorristas miran la escena	general	normal		existe una felacha roja que lleva la segunda imagen	la fotografía cubre casi toda la ventana, así tanto la ventana como la fotografía se encuentran al lado inferior izquierdo de la portada	Se ve el sitio del accidente y al cadaver
	imagen secundaria	EDDY HURTADO HURTAD	nombre de la víctima	es la fotografía de un hombre, solo se le ve el rostro	primer plano	normal	tiene letras blancas con fondo blanco	Tiene letras debajo del rostro de la persona.	Se encuentra en un recuadro que estan un 70% fuera de la ventana de la noticia.	Nos muestran la cara de la víctima del accidente
OBSERVACIONES:										

### Matriz tercera ventana

Fecha de emisión:										
Enunciado iconográfico	signos iconográficos	mensaje lingüístico		mensaje visual						
		denotativo	connotativo	Icono no codificado	Icono codificado					
CAYÓ SUPUESTO "MONSTRUO DE LA BUFANDA"!				Denotación	Connotadores					Connotación
					Planos de encuadre	angulación	color	edición	proporción del espacio	
	Titular	CAYÓ SUPUESTO "MONSTRUO DE LA BUFANDA"!	Por fin esta en manos de la justicia un criminal peligroso que mataba a sus víctimas con una bufanda				letras rojas con borde negro			Los colores son de advertencia
	Antetítulo	POLICIA INVESTIGA A ALBAÑIL POR CRÍMENES DE SEIS MUJERES Y U NIÑO EN PICHINCHA Y TUNGURAHUA	Es un albañil el causante de las muertes de 6 mujeres y un niño en diferentes provincias, es un asesino en serie				letras blancas con fondo rojo			los colores son de información
	Sumario	EL SOSPECHOSO ESTABA ENTRE LOS MÁS BUSCADOS por la policía. Confesó como mató a su esposa y a su hijastro de nueve meses. PÁG. 4	El sospechoso ya era buscado por la policía y se ha declarado culpable.				letras negras fondo blanco			los colores son de información
	Imagen principal	restos humanos en la fosa	se encontro a la fallecida en el lugar	En una fosa se ven huesos humanos, dos personas de criminalística se encuentran revisando el lugar	plano medio	picado	letras color blanco fondo rojo	se encuentra en un recuadro con borde negro y tiene texto dentro de sí.	la fotografía ocupa el lado inferior derecho de la ventana al igual que la ventana con relación a la portada.	se puede ver los huesos dell cadaver, las letras nos dan la información sobre la imagen y advertencia por el color.
	OBSERVACIONES:									

3.4.3 Portada 12 de noviembre del 2014

# EXTRA

**INFORMA PRIMERO Y MEJOR**

EL DIARIO DE MAYOR CIRCULACIÓN DEL ECUADOR

Guayaquil, 12 de Noviembre 2014

APROVECHA NUESTRAS PROMOCIONES

-20%

Descuento

Comprando Pharmaton Kitalo x 30

SanaSana

¡CORRE POR TU COMPU!

¡TEN TU PORTÁTIL ANDROID A UN PRECIO INCREÍBLE!

RECORTA Y PEGA HOY TU CUPÓN # 18

CUPÓN 18

EXTRA XTRATECH TIG

HOY; RECIBE EL FASCÍCULO # 3 DE TU COLECCIONABLE DE COCINA:

## ¡SAZÓN CRIOLLA!

LAS MEJORES RECETAS DE LA COMIDA TÍPICA ECUATORIANA

Ejemplar: Número total de ejemplares puestos en circulación: 126.385

## HUMILDE ESTUDIANTE FUE ASESINADA EN LOJA

# ¡PARTIERON SU VIDA A PUÑALADAS!

SUS PADRES LA ENCONTRARON MUERTA

en la puerta de su casa, ubicada en la parroquia Chile. Su sueño era ser profesora y ayudar económicamente a su familia.

PÁG. 2

ESTA MUJER GUYASENSE ES UN EJEMPLO DE SUPERACIÓN

## ¡PERDIÓ SUS MANOS... NO LA FE!

JÉSSICA RUIZ ESTÁ EN QUITO para dar charlas de motivación a las víctimas de agresión por parte de sus parejas. Ella perdió sus extremidades cuando su marido la atacó a machetazos.

PÁG. 5

## A PUÑETES RECLAMAN A SUS DESAPARECIDOS

SE "CALENTÓ" EL PARTIDO DE HOY ENTRE EL NACIONAL E INDEPENDIENTE

## ¡OCTAVIO, PON A LOS "PEPAS"!

## ¡MÉXICO SE DESANGRA!

MANIFESTANTES SE TOMARON EL AEROPUERTO DE ACAPULCO, en protesta por el crimen de los 43 estudiantes.

PÁG. 9

EN CARNE AJENA TIENE EL MENÚ PARA EL DOMINGO

## ¡HARTA PAPA PARA FESTEJAR AL "PAPÁ"!

Primera ventana

**HUMILDE ESTUDIANTE FUE ASESINADA EN LOJA**

**¡PARTIERON SU VIDA A PUÑALADAS!**



**SUS PADRES LA ENCONTRARON MUERTA** en la puerta de su casa, ubicada en la parroquia Chile. Su sueño era ser profesora y ayudar económicamente a su familia.

**PÁG. 2**



Segunda ventana

**ESTA MUJER GUAYASENSE ES UN EJEMPLO DE SUPERACIÓN**

**¡PERDIÓ SUS MANOS... NO LA FE!**



**JÉSSICA RUIZ ESTÁ EN QUITO** para dar charlas de motivación a las víctimas de agresión por parte de sus parejas. Ella perdió sus extremidades cuando su marido la atacó a machetazos.

**PÁG. 5**



Aclaración: En el caso de esta portada no se analizan las últimas dos ventanas porque no pertenecen a crónica roja, ni al cuerpo, se encuentran en otra línea de Diario El Extra como con los deportes y farándula.

### 3.4.3.1 Matrices portada 12 de noviembre 2014

#### Matriz primera ventana

rio El Extra 12 de noviembre 2014 (Primera Ventana)											
Enunciado iconográfico	signos iconográficos	mensaje lingüístico		mensaje visual							
		denotativo	connotativo	Icono no codificado	Icono codificado				Connotación		
				Denotación	Connotadores	Planos de encuadre	angulación	color	edición	proporción del espacio	
Titular: " ¡Partieron su vida a puñaladas" ubicado en el centro de la portada.											
Titular	!Partieron su vida a puñaladas!	Asesinaron a una mujer a puñaladas						El titular es de color rojo y bordes negros		Tiene la mitad de la ventana de la noticia	El titular esta constituido como la parte principal de la noticia, además el color rojo y las mayúsculas le aportan énfasis y lo vuelven llamativo. Sumándole los signos de admiración. Su objetivo es llamar la atención.
Antetítulo	Humilde estudiante fue asesinada en Loja	Una pobre estudiante fue asesinada en Loja						Esta constituido por dos colores rojo y negro		ocupa la franja superior de la ventana	el adjetivo de humilde caracteriza a la persona como una víctima, de escasos recursos económicos.
Sumario	Sus padres la encontraron muerta en la puerta de su casa, ubicada en la parroquia Chile. Su sueño era ser profesora y ayudar economicante a su familia. Pag 2	Fueron sus familiares quienes encontraron el cadaver, pero era una mujer con el afán de ayudar a su familia a salir de la pobreza.						Esta constituido por amarillo y blanco		Esta ubicado a la derecha, de manera vertical como un corte a la ventana del titular.	El texto tiene una función de anclaje se da una descripción de la noticia, pero también se integran datos personales de la mujer, como sus sueños de estudio y el lugar donde vivía para que el lector pueda identificarse con su historia
Imagen principal				Mujer joven yace en el suelo por encima de su pecho, se ha puesto un machete grande que cruza hasta la segunda foto.		plano medio corto	picado	la imagen se encuentra saturada por colores cálidos, que va desde el rojo de la sangre, hasta el rosado de la pared, incluso el borde de la fotografía corresponde al rojo.	la imagen se encuentra editada, al ser ubicado un machete en el centro de la foto, que la atraviesa	Esta ubicada en la parte centro derecha de la ventana.	La imagen da una connotación de violencia tanto por la sangre en la imagen, como por el machete superpuesto de la imagen. El cuerpo de la víctima por el angulo da una perspectiva de vulnerabilidad.
Imagen secundaria				fotografía de una mujer con fondo rojo, al parecer de la cédula.		primer plano	normal	La imagen se encuentra saturada de rojo por el fondo en el que se encuentra pero resalta el color negro y azul de la blusa.	La imagen fue tomada de su documento de identificación.	Esta ubicada en la parte superior derecha, de la composición es la que menos ocupa espacio.	La foto de cédula le da credibilidad a la imagen, al ser de un documento de identidad le da la certificación de ser una ciudadana común.
Fondo				Hay un fondo negro que en el lado derecho esta cortado, dejando una franja negra.				Esta constituido por el blanco y negro	editada, que se ha hecho especialmente para la noticia, puesto que da la impresión de ser cortada por el	Es el fondo del titular	El fondo acentúa el discurso del corte a la víctima, pues la ventana de la noticia se encuentra cortada.
OBSERVACIONES		EN ESTE CASO EL FONDO ES IMPORTANTE EN EL ANÁLISIS PORQUE ES UN FONDO EDITADO QUE CONJUGA LAS DOS FOTOGRAFÍAS									

## Matriz segunda ventana

io El Extra 12 de noviembre 2014 (Segunda Ventana)											
Enunciado iconográfico	signos iconográficos	mensaje lingüístico		mensaje visual							
		denotativo	connotativo	Icono no codificado	Icono codificado						
				Denotación	Connotadores				Connotación		
Titular: " ¡Perdió sus manos... más no la fe" ubicado a la izquierda de la portada.						Planos de encuadre	angulación	color	edición	proporción del espacio	
	Titular	!Perdió sus manos... más no la fe!	Una mujer ha perdido sus manos pero sigue creyendo en dios y teniendo esperanza.					El titular es de color naranja con negro y mayúsculas		Tiene la mitad de la ventana de la noticia	El titular esta constituido como la parte principal de la noticia, además el color rojo y las mayúsculas le aportan énfasis y lo vuelven llamativo. Sumandole los signos de admiración. Su objetivo es llamar la atención. El colore naranja con negro le dota de alerta, pues el naranja es muy llamativo.
	Antetítulo	Esta mujer guayasense es un ejemplo de superación	Ha podido superarse pese a su discapacidad					color negro		arriba del titular	aporta información sobre porque no ha perdido la fe. El color negro le dota de seriedad o violencia.
	Sumario	Jéssica Ruiz está en Quito para dar charlas de motivación a las víctimas de agresión por parte de sus parejas. Ella perdió sus extremidades cuando su marido le atacó a machetazos	Existen dos informaciones la charla sobre motivación y la causa de la discapacidad, para ahondar el hecho el medio decide utilizar la plabra "Machetazos" de					color negro		Debajo del titulo alado de la fotografía.	El texto tiene una función de anclaje se da una descripción breve de la noticia y las razones de la perdida de los brazos de la mujer. El color negro le dota de seriedad.
	Imagen principal			Mujer joven mira hacia el frente y sonría	plano medio corto	leve contrapicado	la fotografía	color natural de la fotografía	la imagen se encuentra editada para ser parte de la ventana	Esta ubicada abajo a la izquierda	La imagen da una connotación promueve la sonrisa de la muchacha, pues omite el corte en sus brazos. Además el ángulo se le otorga superioridad. Es decir la imagen trata de mostrar el valor de la mujer.
	OBSERVACIONES:										

### Matriz tercera ventana

Fecha de emisión:	12 de noviembre 2014									
Enunciado iconográfico	signos iconográficos	mensaje lingüístico		mensaje visual						
		denotativo	connotativo	Icono no codificado	Icono codificado					
				Denotación	Connotadores				Connotación	
!México se desangra!					Planos de encuadre	angulación	color	edición	proporción del espacio	
	Titular	!México se desangra!	México sufren violencia que lleva a la muerte no hay quien lo pare				rojo y negro		Debajo de la foto, en el centro de la ventana.	el rojo y el negro connotan violencia y peligro. Aunque atraviesa toda la ventana por tanto es importante para la ventana
	Antetítulo	A puñetes reclaman a sus desaparecidos	Reclaman a sus familiares con violencia				blanco		Arriba de la foto	Es un texto de anclaje, pues refuerza la fotografía.
	Sumario	Manifstantes se tomaron el aeropuerto de Acapulco, en protesta por el crimen de los 43 estudiantes. Pág 9	los familiares se encuentran en lucha por sus familiares							
	Imagen principal			un grupo de personas, que llevan tapada las caras arrastran a un hombre vestido de negro y uniformado	plano americano relativo	oblicuo			Esta en la parte superior bajo el antetítulo, es el objeto que ocupa mayor espacio	Hay una vista de los personajes, que por el ángulo tramite desequilibrio tanto emocional como físico. Con la foto de encapuchados arrastrando a un hombre uniformado, hay violencia.
	OBSERVACIONES:									

**EXTRA**  
INFORMA PRIMERO Y MEJOR  
EL DIARIO DE MAYOR CIRCULACIÓN DEL ECUADOR  
Guayaquil, 15 de Noviembre 2014

**¡CORRE POR TU COMPU!**  
¡TEN TU PORTÁTIL ANDROID A UN PRECIO INCREÍBLE!

**RECORTA Y PEGA HOY TU COMODÍN**

**COMODÍN EXTRA**

**EXTRA XTRA TECH TIG**

Ejemplar:  
Número total de ejemplares  
puestos en circulación:  
125.327

**CAMIÓN SE VOLCÓ EN VÍA A ALÓAG CON 10 MIL LITROS DE ÁCIDO CORROSIVO**



**¡SE "FAJÓ" POR LOS HERIDOS!**

**LIGIA QUSHPE, LA HEROÍNA**

**UNA VENDEDORA DE HALLULLAS** arriesgó su propia vida para socorrer a tres personas, atrapadas en el automotor. A una de ellas la cobijó y mantuvo inmóvil hasta que llegaron los socorristas. **PÁGS. 4 Y 5**

**LOS CUERPOS FUERON HALLADOS EN MATA DE PLÁTANO, GUAYAS**

**¡AUXILIO!**

**DOS CADÁVERES**

**"ZUMBÓ" EL PLOMO EN MANTA**

**¡LO ACRIBILLARON,**



**PERO "QUEBRÓ" A UN SICARIO!**

**DIRECTO A LA MONGLÉ**

**LA FAMILIA CONSTERNADA**

Primera ventana

Número total de ejemplares  
puestos en circulación:  
125.327

**CAMIÓN SE VOLCÓ EN VÍA A ALÓAG CON  
10 MIL LITROS DE ÁCIDO CORROSIVO**



**¡SE "FAJÓ" POR  
LOS HERIDOS!**

**LIGIA QUSHPE,  
LA HEROÍNA**

**UNA VENDEDORA DE HALLULLAS** arriesgó su propia vida para socorrer a tres personas, atrapadas en el automotor. A una de ellas la cobijó y mantuvo inmóvil hasta que llegaron los socorristas. **PÁGS. 4 Y 5**

Segunda ventana

**LOS CUERPOS FUERON HALLADOS EN MATA DE PLATANO, GUAYAS**

**¡AUXILIO!**

**DOS  
CADÁVERES**



**DIRECTO A LA MORCUE**

**LA FAMILIA CONSTERNADA**



### 3.4.4.1 Matrices portada 15 de noviembre 2015

#### Matriz primera ventana

Fecha de emisión:	Diario El Extra, 15 de Noviembre del 2015	N.	primera ventana de noticia							
Enunciado iconográfico	signos iconográficos	mensaje lingüístico	mensaje visual	icono no codificado	icono codificado					
		denotativo	connotativo	Denotación	Connotadores					Connotación
ISE FAJÓ POR LOS HERIDOS!					Planos de encuadre	angulación	color	edición	proporción del espacio	
<b>Titular</b>	ISE FAJÓ POR LOS HERIDOS!	Hizo un gran esfuerzo por personas en peligro					amarillo con negro			Las letras mayúsculas junto con el color, es para advertir.
<b>Antetítulo</b>	CAMIÓN SE VOLCÓ EN VÍA ALÓAG CON 10 MIL LITROS DE ACÍDO CORROSIVO	Camión se volcó con un líquido peligroso y abundante					rojo con negro			las mayúsculas con el color tienen una connotación de peligro
<b>Sumario</b>	UNA VENDEDORA DE HALLULLAS arriesgó su propia vida para socorrer a tres personas, atrapadas en el automotor. A una de ellas la cobijó y mantuvo inmovilizada hasta que llegaron los socorristas. PÁGS. 4 Y 5	Valiente mujer ayuda a personas, de manera heroica los mantuvo a salvo. Hace énfasis acerca de su trabajo modesto.					blanco con negro			es un texto de anclaje que explica la noticia, hace una explicación de la noticia. El blanco denota bondad.
<b>Imagen principal</b>			En un campo hay destrozos, cuatro hombres en la escena todos bomberos, dos de ellos conversan, un tercero agachado tiene en sus manos un escombros, otro a un lado lleva en sus manos ropa. Al fondo se puede ver un camión.		plano general	ángulo normal		tiene una imagen secundaria montada encima de la imagen	ocupa la mitad de la portada, abajo del encabezado del periódico, superior total.	El plano general permite que el espectador conozca el lugar de los hechos, por sobre los personajes, lo que se confirma con un ángulo normal. El personaje se encuentra montado que es la imagen secundaria. Es la noticia más importante, lo podemos determinar por el espacio en la portada.
<b>imagen secundaria</b>	Ligia Quishpe, la heroína	Es el nombre de la mujer que salvó a los heridos	mujer con un sombrero de vendedora y mandil		plano medio corto	ángulo normal	letras blancas con fondo rojo	Esta encima de la imagen principal	esta al lado inferior izquierdo de la ventana de noticia, montada en la imagen principal	Se encuentra en uno de los lugares de mayor interés, siendo la esquina inferior izquierda. El plano medio corto le da una gran expresión a su rostro. Además se puede conocer el nombre de la heroína y verificar que efectivamente es de origen humilde por su uniforme de vendedora. Es el personaje principal.
<b>OBSERVACIONES:</b>										

## Matriz segunda ventana

Fecha de emisión:	Diario El Extra 15 de noviembre del 2015	N.	Segunda noticia								
Enunciado iconográfico	signos iconográficos	mensaje lingüístico		mensaje visual							
		denotativo	connotativo	icono no codificado	icono codificado					Connotación	
¡AUXILIO! DOS CADAVERES				Denotación	Connotadores	Planos de encuadre	angulación	color	edición	proporción del espacio	
	<b>Titular</b>	¡AUXILIO! DOS CADAVERES	Da la impresión que alguna persona encontró los cadáveres y pudo haber gritado esto.					"Auxilio" blanco con bordes rojos, "Dos cadáveres" rojo con bordes blancos.			Los colores nos indican advertencia, el rojo induce a la sangre
	<b>Antetítulo</b>	LOS CUERPOS FUERON HALLADOS EN MATA DE PLÁTANO, GUAYAS.	Nos dice la ubicación, se encuentran en la costa ecuatoriana					letras negras fondo amarillo			negro y amarillo tiene una connotación de peligro
	<b>Imagen principal</b>			tres personas sacan un funda blanca de la hierba		plano americano	leve picado			la ventana ocupa el lado inferior izquierdo de la portada, mientras que la imagen principal ocupa toda la parte de arriba de la ventana.	con el ángulo tenemos vulnerabilidad, mientras que la posición de la imagen hacen que sea de suma importancia para la noticia que se pueda ver como se sacan los cadáveres
	<b>Imagen secundaria</b>	Directo a la morgue	los policías llevan los cuerpos a la morgue	personal policial y algunos curiosos están cerca de un bosque		plano americano	ángulo normal	letras blancas fondo rojo		la foto se encuentra al lado inferior izquierdo de la ventana.	se integra a la fuerza policial en la noticia
	<b>Tercera imagen</b>	La familia consternada	Las familias sufren la pérdida	una mujer llora frente a la cinta de seguridad de la policía, otras dos mujeres la consuelan		plano medio largo	ángulo normal	letras blancas fondo rojo		la foto se encuentra al lado inferior derecho de la ventana	es importante mostrar el sufrimiento de los familiares
	OBSERVACIONES										

Enunciado iconográfico	mensaje iconográficos	mensaje lingüístico		mensaje visual		tercera			ventana		
		denotativo	connotativo	icono no codificado	icono codificado						
				Denotación	Connotadores					Connotación	
¡LO ACRIBILLARON, PERO "QUEBRÓ! A UN SICARIO!						Planos de encuadre	angulación	color	edición	proporción del espacio	
	<b>Titular</b>	¡LO ACRIBILLARON, PERO "QUEBRÓ! A UN SICARIO!	Fue asesinado un hombre pero también mató a un delincuente					"lo acribillaron" con blanco bordes negros, "pero quebró a un sicario" celeste con bordes negros			el color negro comunica violencia y luto, por la muerte del sujeto, mientras que con el celeste se ahonda en su situación de héroe por matar a un delincuente
	<b>Antetítulo</b>	"ZUMBÓ EL PLOMO EN MANTA	Hubo una balacera muy fuerte en Manta					letras amarillas fondo celeste			Amarillo de advertencia
	<b>Imagen principal</b>			Un hombre está tirado en el piso, su camiseta levantada hasta el pecho. Una multitud con sombrero lo mira, entre ellos muchos niños.	plano general	ángulo normal					Se muestra al fallecido en la situación frente a la gente que lo ve.
	OBSERVACIONES:										

## **3.5 Análisis de resultados**

### **3.5.1 Lingüístico**

El mensaje lingüístico es inherente a la imagen, pues está aún no se puede explicar por sí sola, en especial en el caso de la prensa, pues la escritura explica Barthes tiene la función de fijar el sentido de la imagen y determinar así su significado, ya que esta se presenta en un primer momento como polisémica. En el caso de Diario El Extra, las funciones como anclaje y relevo, se pueden encontrar en una misma noticia.

El uso del texto como anclaje, es decir explica la imagen y la interpreta, es constante en los sumarios y antetítulos, pues explican lo sucedido en las imágenes. Aporta información adicional, e incluso fija la imagen dentro de la explicación del suceso.

La función de relevo está presente en algunos titulares, pues este no tiene una relación directa con la imagen, son dos textos distintos que se pueden complementar pero gracias al texto de anclaje, por ejemplo: “Se “embaló” al más allá” al leer el texto uno tiene la pregunta ¿Quién? Pero eso no se responde con las imágenes, pues nunca se mira el rostro de una persona en particular, es posible contestar la pregunta gracias al texto de anclaje que aclaran la pregunta y entregan información adicional, explicando que se trata de un accidente de tránsito.

A continuación como son presentados los elementos del mensaje lingüístico; denotativo y connotativo.

#### **3.5.1.1 Denotativo**

Entre las particularidades del texto denotado, se encuentra en primer lugar el uso de mayúsculas siempre en el caso de titulares y antetítulos, en los sumarios cambia relativamente pues pueden iniciar con mayúsculas para resaltar una determinada situación, y continuar con minúscula para entregar más información sobre el suceso. Las palabras con mayúscula se utilizan en lo que consideran relevante en la noticia.

La tipografía utilizada por Diario El Extra es de la familia Sans Serif, caracterizada por líneas rectas y geométricas, sin ningún acabado. Esta letra es utilizada para la publicidad, pues son “muy apropiadas para letras grandes usadas en unas pocas palabras para ser vistas a una cierta distancia”

(Moreno, 2004) con ello el objetivo del medio es que los titulares puedan ser leídos a distancia y tengan un gran impacto, además esta letra contribuye a una lectura rápida y fluida en textos cortos.

En el caso del color que tienen los textos, se puede decir que el rojo y el blanco siempre son los colores de titulares de portada, seguidos del amarillo y negro. El rojo es justamente por su relación con la sangre y con el peligro, sentido compartido por el amarillo. El blanco de determinados titulares contrasta con estos colores fuertes que son utilizados para los fondos de ventanas y titulares. En general el medio está compuesto por negro, blanco, amarillo, rojo y en menos medida mostaza, verde y celeste. Estos colores son utilizados para llamar la atención, lo que concuerda con el uso de tipografía y mayúsculas.

Para Ángel Wilfrido Moncayo Samaniego, Jefe de diseño de Extra. Efectivamente los tres colores principales en el diseño de Diario El Extra son el rojo, el amarillo y el negro, todos los demás son complementarios.

### **3.5.1.2 Connotativo**

En cuanto al color Ángel Moncayo estima que el uso del negro, amarillo y rojo, son característicos del medio para llaman la atención. Uno de los objetivos es causar una idea de “relajo” en el espectador, una idea de desorden (Jaramillo, 2012). El uso del color rojo tiene una fuerte influencia de la sangre, algo con lo que concuerda el jefe de diseño. Mientras que el negro y el amarillo, en conjunto establecen el peligro de la muerte, existe un conocimiento claro por parte de los editores que el uso excesivo de determinados colores pueden dar la ilusión de la existencia de más violencia de la que existe.

Muchos de los titulares de El Extra tratan de incluir al sujeto al suceso por ejemplo: “Auxilio, dos cadáveres” quién lo escribe es el periodista pero no fue él, quien pudo decir eso, es el ciudadano común que descubre el cadáver. Existe un afán de que el lector sea parte del suceso, además hay un ademán de juzgar. En el titular “Lo acribillaron, pero quebró a un sicario” hay un dejó de justicia, pues pese a que fue asesinado se vengó al final o “Humilde estudiante fue asesinada en Loja” existe ya un adjetivo positivo sobre la fallecida, lo que hace indignante su asesinato, hacer el suceso subjetivo mediante la crónica, hace que los autores tomen partido sobre el hecho, pues sólo a partir de allí es posible involucrar a los lectores.

Sumado a ello el uso de lenguaje popular con las siguientes palabras: “Quebró”, “Zumbó plomo”, “Se fajó”, “Se embaló”, “Lo paró en seco”. Existe un afán por insertarse en la cotidianidad de los

lectores, si Diario El Extra vende para los sectores populares, uno de sus objetivos es escribir para ellos y dejar a un lado los formalismos.

### **3.5.2 Mensaje Visual**

#### **3.5.2.1 Ícono no codificado**

Para Barthes el ícono no codificado es la imagen sin su connotación, es decir si se le “eliminará” el mensaje cultural.

##### **3.5.2.2.1 Denotación**

Existen en todas las portadas en alguna de las ventanas la presencia de un muerto. Solo en dos ocasiones el fallecido o fallecida no tiene el rostro cubierto. En todas las demás existe una bolsa que lo cubre. En dos ventanas, se puede visibilizar el rostro de cuando aún vivía gracia a fotos personales que se presentan en un recuadro. Entonces pese a que no aparece el cuerpo expuesto en el estado de violencia causado por la muerte, sí se puede conocer quién era por esas fotografías.

Uno de los elementos recurrentes en las fotografías son también los sitios donde se efectuaron los hechos con las personas que viven en el sector admirando el hecho. Además se visibiliza en las portadas la presencia de las fuerzas del orden, policías, paramédicos etc. Se encuentran en el lugar de los hechos, en algunos casos solo se ven sin realizar ninguna acción y en otras están levantando el cadáver, sólo en una fotografía se los ve trabajando con el cadáver. Los familiares de las víctimas también son parte de las portadas, con rostros compungidos de tristeza o con rabia hacía las fuerzas del orden.

Pero existen también otras características que aparecen en menor medida primero las fotografías sobre personas que realizan actos positivos como rescates, o charlas, quienes se presentan mirando hacia el frente y sonriendo. En segundo lugar también encontramos ediciones de ventana, es decir una imagen que se mezcla con una fotografía, como en el caso de la noticia “Partieron su vida a puñaladas” en la cual existe un machete superpuesto a la imagen de una joven ensangrentada tirada en el suelo, lo que hace más dramático el suceso.

### **3.5.2.2 Icono codificado**

Ya que la imagen puede ser muy difusa en su connotación, se utilizaron connotadores de análisis que ayuden a que el estudio sea lo más exacto posible. A continuación se explica el resultado con cada connotador.

#### **3.5.2.2.1 Connotadores de análisis**

##### **3.5.2.2.1.1 Planos de encuadre**

Los planos generales están reservados en su mayoría para el lugar de los hechos, con este plano se gráfica el sitio del accidente o asesinato y cuando sólo existe una fotografía también se incluye la víctima y otros actores la policía, curiosos etc.

El siguiente en uso es el plano medio, en él se grafican los personajes que han participado en la acción, tanto vivos como muertos. En este plano se le da una gran expresividad al rostro y algunos aspectos del cuerpo, por ello también es utilizado con los familiares de los afectados quienes también son retratados en este plano.

El siguiente en uso es el plano americano con él se intenta crear la ilusión de naturalidad utilizado en la gente que observa los accidentes y los agentes de seguridad. Este plano es útil para que el espectador pueda creer que está viendo la escena, junto con otros curiosos e incluso vigilando si las autoridades hacen su trabajo.

En último caso y rara vez utilizado directamente se encuentra el primer plano, en su mayoría utilizado con fotos ajenas al diario, que pueden ser entregadas por los familiares. El primer plano presenta los rostros de las personas cuando aún estaban con vida.

Como se puede ver los planos comunican y son utilizados en determinadas ocasiones para acentuar una narración.

##### **3.5.2.2.1.2 Angulación**

El ángulo más utilizado es el ángulo normal, en su mayoría es para retratar el lugar de los hechos, de manera amplia y con la ilusión de la participación del lector. Otro de sus usos es para retratar al

personaje y a los curiosos en el hecho. Este ángulo transmite naturalidad y puede dar la sensación de comodidad.

El siguiente ángulo es picado que se utiliza para los cadáveres, que casi siempre yacen en el suelo, esto comunica vulnerabilidad y pequeñez, lo que ayuda acentuar la violencia sobre los cuerpos y su cercanía con la muerte, el espectador puede sentir que los ve en el suelo. En el caso de una fotografía existe un ángulo cenital, que fue tomada desde un helicóptero, lo más probable, lo cual le permite al espectador mirar desde diferentes perspectivas un accidente de tránsito.

El ángulo que casi no se utiliza es el contrapicado, pues sólo se ha visibilizado en dos ocasiones y levemente, la primera es para presentar a un personaje como una mujer luchadora, con lo cual cumple su función de otorgar superioridad y en otro caso sobre una escena del hecho donde se ubican tanto el cadáver como los curiosos, este ángulo permite efectivamente mirar a los gente y su expectativa sobre el cadáver.

Si bien el editor de fotografía Carlos José Yagual, explica que en gran parte en el caso de crónica roja, no se puede jugar demasiado con la composición, en el caso del ángulo picado existe un uso continuo sobre los cadáveres.

### **3.5.2.2.1.3 Color**

El color es visto en gran parte con respecto a las letras, pues en las fotografías no hay un gran cambio. Como se explicó los colores predominantes son el negro, rojo, blanco y amarillo. Tanto en los títulos como en las ventanas. Hay que recalcar un gran uso de color en la portada en general. Esto es porque según el jefe de diseño el color es infaltable para llamar la atención. Se utiliza los colores como el rojo, amarillo y blanco para resaltar ciertos sucesos sobre otros y el negro para aportar información. Ciertos colores responden a la sensación que quieren aportar por ejemplo, en el titular “Auxilio” se encuentra en color blanco, mientras que “dos cadáveres” en rojo, hay una separación entre los dos mensajes que se visibiliza con el color, por un lado un llamado con color blanco y con rojo la exposición de dos cadáveres, que da una relación con la sangre.

Los colores secundarios también son llamativos, no pasan por colores fríos, sino por azules claros y otras tonalidades de amarillo.

#### **3.5.2.2.1.4 Edición**

La primera edición notable es la creación de un fondo negro partido en la mitad con un machete, para la fotografía de un cadáver ensangrentado. Todo para agregarle drama al suceso, no fue suficiente el cadáver, era necesario graficar el titular “Partieron su vida a puñaladas”. Hay una intromisión directa sobre la noticia a partir del diseño de la ventana.

Una edición recurrente es poner sobre una imagen, otra en la cual se puede ver a la víctima cuando aún vivía, con el objetivo de lograr acentuar el drama. Pues el espectador es capaz de reconocer en ese cadáver (que en la actualidad no muestra su rostro) un ser humano. El cual lo mira a través del medio. Si bien no hay una intromisión directa en la imagen, sí en la ventana de noticia.

Con un diseño desordenado, en ocasiones las imágenes necesitan ciertas señales que configuran una lectura, existen flechas y textos puestos en la imagen, los cuales señalan un orden y lo que ocurre en cada imagen, esto ocurre en especial en los collage de fotos, otro recurso recurrente, para manejar fotografías. Así se presentan distintas perspectivas sobre un solo suceso.

La edición al igual que otros recursos se utiliza para acentuar la ilusión de “estar ahí”, que se le brinda al lector y de acentuar los sucesos, para llamar la atención, un recurso del sensacionalismo. Cabe decir que en general la edición si tiene una disposición grotesca por el desorden que presenta.

#### **3.5.2.2.1.5 Proporción del espacio**

Según Carlos Yagual editor de fotografía de Diario El Extra, el lado más importante de la portada y en general es el superior izquierdo, pues es el primer lugar por el que comienza la lectura. Si seguimos esta premisa, la cual es la más común en diseño, lo primero que ven los lectores de Diario El Extra es su logo, luego sus promociones sean éstas por parte del medio o de alguno de sus auspiciantes y posterior en un lugar que cubre tanto la parte superior izquierda y derecha: la noticia principal, que en el caso de nuestras cuatro noticias están relacionadas con cadáveres.

En el caso de la segunda noticia, ubicada en el lado inferior izquierdo, las tres portadas tienen noticias que involucran muertos, más una de ellas aporta la noticia de una de una mujer que fue violentada antes y que sobrevivió. Una noticia positiva.

En cuanto al lado inferior derecho, también está enfocado en sucesos de violencia pero se pueden ver a los familiares, o personas en conflicto, incluso hay un espacio para los deportes y hechos de

actualidad, aunque de aquellas ventanas por no pertenecer a la delimitación de nuestro estudio, no hayan sido analizadas.

Es claro que la prioridad y es también aceptado por los editores y periodistas de Diario El Extra es la crónica roja, mientras que otras noticias ocupan otros espacios secundarios como el deporte o la farándula. El espacio está distribuido para que los mensajes estén ordenados por orden de importancia.

### **3.5.2.2 Connotación**

En general las portadas de Diario El Extra en el caso de crónica roja, contienen un cadáver este no se encuentra sobreexpuesto a excepción de dos ventanas. El medio tiene la necesidad de mostrar el objeto de la violencia sea un asesinato o accidente, pese a que este no se encuentre expuesto. La existencia del cuerpo es la prueba de que el hecho ha ocurrido y que el Diario estuvo presente, hay un afán de tratar de mostrar aún los cadáveres en su totalidad, pues aún existen esas imágenes, es probable que por la presión estatal hayan cambiado su forma de presentar la muerte.

Para poder contrarrestar la inexistencia de los cuerpos expuestos, existen los titulares, en cuanto al lenguaje continúa el acento en la acción sobre el cuerpo con palabras como: partieron, desangra, acribillaron etc. El uso de estas palabras sumándole las mayúsculas con colores como el rojo y amarillo, son un grito de llamado sobre los sucesos que acontecen. Uno de los objetivos del medio, según tanto editores como periodistas.

El uso de familiares tanto en las imágenes como en el lenguaje, es una forma que comprometer al lector, hacen que se cuente la historia personal del sujeto, el uso de fotografías de su cédula o de cuando aún vivía otorgadas por ellos permiten que el espectador pueda situarse en la situación de la víctima o sus allegados. Algo necesario para la línea sensacionalista del medio.

Por último hay una presencia constante de las fuerzas del orden como la policía, las cuales se encuentran confirmando la muerte de la víctima pues en algunas de las fotografías están sacando los cuerpos o ayudando en los heridos de un accidente. La presencia de esta institución confirma que el medio, es parte de un sistema establecido en el cual, la policía se erige como la fuerza de orden.

El diseño desordenado del medio, junto con los collages de fotos, invitan a descifrar mediante los enunciados lingüísticos el orden de narración. Las noticias positivas confirman que el pueblo, pues las dos relatadas como heroínas son de clase popular, trata de ser retratado de otras maneras por

los productores de Diario El Extra, aunque siempre se encuentren en un suceso violento como un accidente o hayan salido de uno como un intento de asesinato.

Es interesante uno de los titulares, que trata sobre las almas en el cementerio, pues hace que el medio entre en una serie de misticismo, pues se asegura la existencia de fantasmas. Además existe una imagen donde se puede visibilizar una silueta, ya que no se ha podido confirmar una edición en ella, podemos decir que la noticia, confirma con la personas como fuente la existencia de seres paranormales.

Las personas que participan en la elaboración del medio, establecen que los mensajes que elaboran son para el pueblo y uno de sus criterios (aunque no especificado) es que responda a los intereses de las clases populares (Jaramillo, 2012), en particular en el caso de crónica roja, los mensajes que presentan buscan primero que exista un cadáver, como prueba de una noticia real, segundo que se mire el sitio de los hechos, tercero los familiares implicados, cuarto a las fuerzas del orden en el sitio y por último si es posible los sobrevivientes a esa violencia, o quiénes ayudaron en ese momento. Existe entonces una narración sobre un drama humano, en el cual el espectador puede sentirse parte ya sea por las imágenes o el texto.

### **3.5.3 Estética de lo grotesco y Diario El Extra**

La estética de lo grotesco es un conjunto de elementos que construyen una estructura visual, determinada. El grotesco se define por tres características el uso de lenguaje popular, el cuerpo grotesco y la ambigüedad en el discurso, que se mantiene en un punto intermedio entre lo trágico y lo cómico.

La primer característica se cumple Diario El Extra tiene lenguaje popular como una constante, como una forma de identificarse con las audiencias que lo consumen. Su uso es cotidiano, uno de sus objetivos es que la gente comprenda sus mensajes y mucho más allá sienta que son dirigidos para ellos y eso se logra a través del uso de jerga y adjetivos que ahondan en la acción o situación. Ya que su línea editorial es sensacionalista, en el lenguaje se busca tratar de comprometer al lector lo cual se logra, gracias a ciertos adjetivos, que en ciertos casos aumentan la acción de violencia como “partieron” “zumbó” y en otros ubican a los personajes en una situación cercana a los lectores “humilde” “sencilla” etc.

La segunda característica sobre el cuerpo grotesco también existe, el cuerpo llevado al límite, a la muerte también se encuentra en sus representaciones. Con la existencia de mínimo un cadáver por portada en el caso de crónica roja, expuesto aunque no se vea el rostro, sí existe una exposición del

cuerpo no-bello, con sangre, heridas e incluso con huesos. Por otro lado gran parte de los cadáveres se encuentran cubiertos por una bolsa negra. Pero la existencia en sí del cuerpo y la fotografía de las condiciones en las que se lo encontró, que en su mayoría están en la calle, matorrales etc. vuelve a la situación más grotesca aún. Pues se puede ver cuerpos expuestos a las miradas ajenas, el espectador puede sentirse parte de los curiosos que son retratados. El cuerpo es presentado en ambos límites tanto en la vida como en la muerte (gracias a las fotografías personales) y peor aún convertido en un objeto.

En cuanto a una narración ambigua, dado el tono subjetivo que permite la crónica, existen varias sensaciones encontradas tanto en cada ventana como en la portada. Por ejemplo en la noticia “¡Las almas huelen a rosas y carne!” tenemos por un lado la presentación de un cementerio, el titular nos anuncia la existencia de cuerpos descompuestos, por eso la palabra “carne” pero también de “rosas”, cae en la ambigüedad ¿Cómo puede oler un cadáver a putrefacción y a rosas al mismo tiempo? La pregunta es respondida de una manera peculiar, pues basándose en las historias que relata la gente el sitio tiene seres fuera de este mundo. Aun así al terminar el sumario, se explica que un grupo está preparando recorridos teatralizados. Es decir tenemos la noticia sobre recorridos teatralizados en un cementerio, que solo es presentada hasta el final del sumario. Entonces sí se le presenta al espectador una noticia ambigua, puede sentirse atemorizado por la presencia de espíritus, pero al final puede sentirse atraído a ir al lugar por los recorridos teatralizados.

Veamos otro ejemplo en el titular “Le sacaron 4 muelas y no se levantó jamás”, tenemos la presentación de una tragedia: existe un muerto y en las fotografías se puede ver a sus familiares sufriendo. Pero por otro lado el titular, dice “le sacaron 4 muelas” explicando que este hecho le causó la muerte, sin embargo la extracción de muelas rara vez es una causa mortal, por ello resulta irónico que alguien haya fallecido por el hecho. Hay una ironía, en el titular que provoca ambigüedad. Esta se responde en el sumario, pues el sujeto sufría una enfermedad que pudo provocar su muerte en el proceso de extracción.

Otro titular parecido es “Se “embalo” al más allá” el cual relata un accidente de tránsito, embalar es un verbo utilizado para señalar rapidez, por tanto en el titular se entiende como: quiso ir rápido hacía su muerte, pero a menos que sea un suicidio, esto no puede ser posible en un accidente de tránsito. Es un juego de palabras en el cual, se da a entender que el exceso de velocidad fue la causa del accidente. Más al presentarse así, el titular cae en la ambigüedad y vuelve a existir una ironía, es decir que presenta un doble sentido, algo contrario a lo sucedido, pero que se aclara en el antetítulo y sumario. Otro titulares del mismo corte son “Lo acribillaron, pero mató a un sicario”, “Partieron su vida a puñaladas”, existe por lo menos uno de estos titulares, en cada portada.

En el caso de la imagen una de las ambigüedades presentada, que pueden acrecentar la tragedia es la de la vida y la muerte. Cuando se puede ver fotografías de un fallecido tanto cuando vivía, como de su cadáver.

### **3.6 Conclusiones y recomendaciones**

#### **3.6.1 Conclusiones**

- Durante el proceso de comunicación todas las partes que intervienen en la interacción tienen un proceso de interpretación, este proceso les permite realizar una imagen de sí mismos y del otro, así como analizar el mensaje. La comunicación y el significado del mensaje atraviesan diferentes niveles, en los cuales el receptor puede recibir directamente, relativamente o no. Uno de los marcos principales para que aquello ocurra es la cultura.
- Los medios de comunicación y en particular la prensa, tienen una estructura gráfica determinada, la cual por si misma comunica. El contenido puede variar, pero la forma continua. Diario El Extra, tiene una estructura gráfica que comunica, en conjunto con el mensaje, a esta estructura gráfica la denominamos estética de lo grotesco.
- Los estudios visuales permiten un análisis desde diferentes disciplinas sobre un objeto visual que se situó en la cotidianidad como lo es Diario El Extra, en conjunto con la retórica de la imagen permiten el análisis detallado de la imagen en base a determinar el código con el que se producen, para luego fragmentarlo y analizarlo.
- En el mensaje lingüístico Diario El Extra cae en la ambigüedad; en los titulares, presenta ironías, además del uso de jerga y adjetivos esto le permite acrecentar los dramas pero también llamar la atención porque ciertas figuras como el doble sentido lo vuelven jocoso. Todo con el objetivo de llamar la atención de las audiencias. Esto es parte de una estética de lo grotesco.
- En el caso del lenguaje visual podemos concluir que Diario El Extra no tiene un uso del cuerpo abyecto, es decir, abierto en la violencia. Ya no existe en su mayoría los cuerpos abiertos, en los cuales se miraba el rostro del afectado. Ahora los cuerpos se encuentran cubiertos, o no se puede observar su rostro. Pero aún existen rezagos de su presentación anterior, pues si bien no se puede observar el rostro de la víctima cuando ha fallecido si e ofrece su rostro cuando aún vivía, además de verse dos ventanas aún con cuerpos que no han sido cubiertos. Por tanto podemos concluir que están en un proceso de cambio.
- Diario El Extra posee un diseño colorido y desordenado, la existencia de collage les permite mostrar diferentes fotografías en un espacio reducido. Pero eso vuelve caótico el

orden de discurso, para ellos tienen diversos pies de foto que fijan a la imagen. Por ello una de las conclusiones es que en Diario El Extra la imagen no habla por sí sola.

- Se puede ver en la construcción de la portada que los objetos y el lenguaje son utilizados específicamente para lograr su línea editorial que es el sensacionalismo, para poder lograr que los sujetos se sientan identificados con la noticia hay el uso desde el lenguaje con adjetivos positivos sobre la víctima hasta el uso de imágenes de sus familiares. Incluso hay una intromisión en una imagen con el fin de exagerar el drama humano, eso se logra a través de la edición, en la cual se incluyó objetos que no estaban en la imagen como un machete..
- Podemos concluir que Diario el Extra maneja una estética de lo grotesco, puesto que su estructura cumple tres condiciones: el uso de lenguaje popular, el mostrar cuerpos grotescos y una narración ambigua que se logra gracias al doble sentido, e ironía que se presentan en ciertos titulares.
- La estética de lo grotesco es un conjunto de formas y elementos que responde a la necesidad de Diario El Extra de insertarse en un público de sectores populares. El grotesco es una forma visual que ha sido relacionada desde tiempos medievales con la cultura popular, es el afán del medio por representar lo popular, lo que conecta a su estructura gráfica con la estética de lo grotesco.
- Diario El Extra presenta determinadas estructuras gráficas como el color, la imagen, el lenguaje etc. Respondiendo a su línea editorial sensacionalista. Pues todos estos recursos visuales le permiten implicar al lector la noticia y llamar su atención, entonces existe una relación también entre el sensacionalismo y el grotesco, en algunas formas como el lenguaje, más no en todas como el cuerpo y la ambigüedad.
- El aporte de la presente investigación a los estudios de comunicación centrados en la prensa sensacionalista del Ecuador, en particular Diario el Extra, es la profundización en los procesos de producción del medio para comprender el uso de determinados elementos en su composición simbólico-visual y agregar nuevos conceptos al análisis como el grotesco.

### 3.6.2 Recomendaciones

- Diario El Extra es un medio de alto debate en los espacios académicos más no se ha visto en gran parte a las audiencias como un ente activo, la presente investigación pudo concluir que en el proceso de interacción las audiencias siempre tienen una interpretación del objeto de estudio. En particular los emisores del mensaje, tampoco tienen a sus audiencias como sujetos pasivos. Es importante ahondar en este hecho para encontrar mejores perspectivas sobre su participación en el medio..
- En cuanto a la visualidad esta investigación se limitó al espacio de portada y al caso de crónica roja pero Diario El Extra tiene otras dos corrientes fuertes, los deportes y la farándula además del interior del medio. Esto puede llevar a una investigación sobre áreas poco estudiadas del periódico
- Es posible ampliar el análisis del medio ingresando nuevas categorías de otros campos a la comunicación, en este caso se ha utilizado el grotesco pero también podría analizarse desde otras categorías.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Abreu, C. (2000). La opinión fotográfica. Recursos connotativos de la fotografía. Recuperado el 17 de Febrero de 2015, de Revista Latina de Comunicación Social: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999adi/01abreu2.html>
2. Artieda, L. (2005). De los medios de comunicación y la violencia a medias. En Mauro Cerbino, La violencia en los medios de comunicación, generación noticiosa y percepción ciudadana (pág. 163). Quito: Flacso
3. Bajtin, M. (2003). La cultura popular en la edad media y el renacimiento. El contexto de Francois Rabelais. Madrid: Alianza editorial.
4. Barata, F. (1996). El drama del delito en los mass media. Barcelona: Tripodos.
5. Barbero, J.M (1987). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. México: Gustavo Gili.
6. Barrios, J. L. (2008 de mayo de 2008). Memoria académica. Recuperado el 13 de julio de 2014, de Universidad Nacional de la Plata, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación: [http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab\\_eventos/ev.695/ev.695.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.695/ev.695.pdf)
7. Barrios, J. L. (2008, ). El cuerpo grotesco: desbordamiento y significación. Obtenido de Memoria Académica: : [http://www.fuentesmemoria.fahce.unlp.edu.ar/trab\\_eventos/ev.695/ev.695.pdf](http://www.fuentesmemoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.695/ev.695.pdf)
8. Barthes, R. (1986). Lo obvio y lo obtuso, imágenes, gestos y voces. Barcelona: Paídos.
9. Barthes, R. (1972). Análisis estructural del relato. Buenos Aires: Editorial Tiempo contemporáneo.
10. Barthes, R. (2013). La retórica de la imagen. Recuperado el 17 de febrero de 2015, de Uruguay piensa: <http://www.uruguaypiensa.org.uy/imgnoticias/833.pdf>
11. Baéz, C. (2005). Reflexiones acerca de la cobertura y el tratamiento que reciben los temas de seguridad ciudadana y los conflictos sociales en los noticieros de televisión, a partir de los datos que se pueden exponer desde el caso chileno. En Mauro Cerbino, violencia en medios de comunicación, generación noticiosa y percepción ciudadana (págs. 21,50). Quito: Flacso.
12. Benjamin, W. (2003). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. México D.F: Itaca.
13. Blumer, H. (1995). El interaccionismo simbólico, perspectiva y método. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.

14. Brea, J. L. (2013). Estética, historia del arte, estudios visuales. Recuperado el 01 de 09 de 2014, de Estudios visuales net: [http://www.estudiosvisuales.net/revista/pdf/num3/brea\\_estetica.pdf](http://www.estudiosvisuales.net/revista/pdf/num3/brea_estetica.pdf)
15. Bonilla, J y Tamayo A. (2007). Las violencias en los medios, los medios en las violencias. Bogotá: Centro de Investigación y Educación Popular – Cinep.
16. Brockmann, J. M. (1998). Historia de la comunicación visual. España: Gustavo Gili.
17. Cargminiani, M y Zurita, M (2011). Video reportaje: espectáculo y crónica roja en el Diario “Extra”, caso factory. Quito: Universidad Politécnica Salesiana.
18. Carrión, F. (2008). Violencia y medios de comunicación: populismo mediático: Urvio, Revista Latinoamericana de Seguridad Ciudadana. No. 5., 7-12.
19. Cevallos, K. (2013). Representación y violencia de lo femenino en el Diario El “Extra”. Quito: tesis previa a la obtención del título de licenciado en comunicación social, Universidad Central del Ecuador.
20. Checa, F. (2003). El "Extra", las marcas de la infamia. Quito: Abya- Yala.
21. CISALVA. (1998). Crónica roja hacia un periodismo del abrazo. Chasqui, 58-61.
22. Dammert, L. (2005). Violencia, miedos y medios de comunicación: desafíos y oportunidades. En Mauro Cerbino, la violencia en los medios de comunicación generación noticiosa y percepción noticiosa (págs. 51-71). Quito: Flacso.
23. Eco, U. (1983). La definición del arte. Barcelona: ediciones Martínez Roca.
24. Eco, U. (1986). La estructura ausente, introducción a la Semiótica. España: Lumen.
25. Eco, U. (2013). La historia de la fealdad. China: DeBolsillo.
26. Endara, V. (2013). La construcción de estigma en los medios de comunicación impresa: estudio de la construcción de la imagen de las trabajadoras sexuales en las notas informativas aparecidas en el diario Extra entre el primero de noviembre de 2012 al 28 de febrero de 2013. Quito: Tesis previa a la obtención del título de licenciada en comunicación social, Universidad Central del Ecuador.
27. Fiz, S. M. (2009). Introducción a la estética y la teoría del arte, Parte 2. Madrid: Facultad de Filosofía.
28. Guasch, A. M. (2005). Doce reglas para una nueva academia: La nueva historia del Arte y los estudios visuales. En J. L. Brea, Estudios Visuales (págs. 59-74). Madrid: Akal.
29. Guash, A. M. (2003). Los estudios visuales. Un estado de la cuestión. Recuperado el 01 de 09 de 2014, de Estudios visuales net: <http://estudiosvisuales.net/revista/pdf/num1/guasch.pdf>
30. Hall, S. (1981). La cultura, los medios de comunicación y el «efecto ideológico». En sociedad y comunicación de masas. (pág. 18). México: Fondo de Cultura Económica.
31. Hall, S. (27 de 1994). “Estudios culturales: dos paradigmas”. Buenos Aires: Causas y azares.

32. Hall, S. (1997). El trabajo de la representación. En S. Hall, *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* (págs. 13-74). London: Sage.
33. Heller, E. (2004). *Psicología del Color*. Barcelona: Gustavo Gili.
34. Hernández, S. (1997). *Metodología de la investigación*. Colombia: Panamericana Formas e Impresos.
35. Jaramillo, F. (2012). *Etnografía de producción en un medio masivo de comunicación impresa: el caso de las imágenes de crónica roja en el diario El Extra*. Quito: FLACSO-Sede Ecuador.
36. Karam, T.(2014). *Introducción a la semiótica de la imagen*. Madrid: Portal de comunicación.
37. Masapanta, A. (2013). *Criminalización y medios de comunicación: la construcción de la imagen del adolescente como sujeto peligroso en el Diario Extra*. Quito: Tesis previa a la obtención del título de licenciada en comunicación social.
38. McLuhan, M y Quentin, F. (1969). *El medio es el masaje*. Buenos Aires: Paidós.
39. McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación, las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.
40. Mitchell, W. (2005). No existen medios visuales. En J. L. Brea, *Estudios Visuales* (págs. 17-26). Madrid: Akal.
41. Monaj, R. G. (2006). *Manual para la realización de storyboards*. Valencia: UPV.
42. Moscoso, F. (2009). *Análisis sociológico y comunicacional del Diario Extra*. Cuenca: Universidad Politécnica Salesiana.
43. Orozco, G. (1997). *Medios, audiencias y mediaciones*. México: Revista Comunicar.
44. Pontón, J. (2008). *Crónica roja en los medios de comunicación ecuatorianos: ¿un problema de seguridad ciudadana?* URVIO Revista Latinoamericana de seguridad ciudadana, 69-81.
45. Ricaurte, C. (2005). *Violencias televisivas*. En Mauro Cerbino, *Violencia en los medios de comunicación, generación noticiosa y percepción ciudadana* (págs. 149,162). Quito: Flacso.
46. Ruiz, J. (2010). *Análisis de discurso, para comprender el fenómeno de la construcción del miedo en las audiencias de Tc televisión y Diario El Extra, por medio de la crónica roja*. Quito: Universidad de las Américas .
47. Santillán, A. (2007). *El control de la violencia en los medios: Ciudad Segura*.
48. Sierra, Á. (2005). *La responsabilidad del investigador periodístico de la violencia*. En M. Cerbino, *La violencia en los medios de comunicación, generación noticiosa y percepción ciudadana* (págs. 131,148). Quito: Flacso.
49. Storey, J. (2002). *Teoría cultural y cultura popular*. Barcelona: Octaedro.
50. Uriarte, R. R. (31 de agosto de 2009). *Notas para una estética de lo grotesco*. Recuperado el 13 de julio de 2014, de youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=Hv7jO0NG1fc>

51. Vilches, L. (1988). La lectura de la imagen. Buenos Aires: Paidós.
52. West. R y Turner. L. (2000). Teorías de la comunicación análisis y aplicación. Madrid:  
Paidos
53. Williams, R. (1981). Cultura sociología de la comunicación y del arte. Buenos Aires:  
Paidos.

## ANEXO 1

### ENTREVISTAS A EDITORES Y PERIODISTAS DE DIARIO EL EXTRA REALIZADAS POR FRANTZ JARAMILLO (2012)

#### TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS REALIZADAS

##### 1. Entrevista a Peter Aguirre (caset 1 :12:23:07)

Minutos antes realizo preguntas de

distención.

FJ: Todavía no estás enganchado con tu trabajo.

PA: La verdad que no porque, como ya te dije, yo estaba en otra línea y esta no la veía, o sea igual a pesar de la distancia que la tenía estaba bien consciente de lo que significa a nivel de país las ventas, el impacto que tiene, como llega hacia el pueblo, el lenguaje, todo lo que maneja, pero no me había inmiscuido tanto así como para decir, por eso esta va a ser la semana de la conscripción.

FJ: Ah y porque le tenias distancia

PA: Por el tiempo que estuve tal vez en otros medios, la forma de hacer el periodismo es diferente, no que ellos lo hagan o lo hayan hecho de mala manera igual se busca contrastar y buscar la segunda versión, tercera versión para no dejar cabos sueltos, sino esa forma del sensacionalismo, por eso, por eso.

FJ: y que le ves al sensacionalismo que sería para ti el sensacionalismo

PA: Hurgar un poco, buscar, despertar ese, ese morbo que hay en el pueblo, la parte más sensible del pueblo, no solamente del pueblo, de toda la ciudadanía, todos nos escandalizamos al ver una noticia tan impactante, ellos lo manejan de otra manera, tienen su forma de hacerlo, como te decía, a veces entre líneas hay una frase que

impacta que puede quedar en el aire en otro medio pero en extra pega y llama bastante la atención, también el lenguaje que se maneja, e un lenguaje mucho más popular, llega más al pueblo, llega más a la gente, se sienten mucho más identificados con eso, amén de la sangre, amén de lo que siempre habla la gente de la sangre y de las mujeres, dentro de todo eso hay historias que le han pasado a mucha gente, similares, iguales y al momento de leerlas se ven identificados con eso.

FJ: O sea tú crees que encuentran identidad por lo que han vivido, tal vez eso

PA: sí

FJ: O sea tú crees que por ejemplo muchos dicen como que se crea esa necesidad o ese morbo, que es del medio, tú crees que exista esa creación de necesidades

PA: Es que están allí, son reales, la cosa es mostrarlo, como se lo muestra, con que titular se lo engancha, y se lo das al lector, esa es la diferencia, tú en otro medio puedes encontrar la mejor

noticia en un espacio pequeño, con otro título y la gente lo ve y lo pasa quizás, pero acá se resalta eso y la gente le presta atención, se siente identificado

de alguna manera.

FJ: Y tú qué piensas de que por ejemplo yo cuando me empecé a involucrar en esta tesis, es más o menos como antropología visual, no, entonces es como se crean las imágenes para que estas funcionen en el periódico o sea es las de crónica roja, las policiales y un poco la onda que yo tenía es como decir o sea tengo que enfrentarme también a la muerte, porque supongo yo le tengo bastante miedo, bastante recelo la

muerte y es como ese proceso de enfrentarte, tal vez convivir con eso todos los días, que crees tú de lo que te va a pasar o de lo que estas sintiendo hoy.

PA: Bueno, me va a tocar hacer eso, ya me va a tocar convivir con eso, yo llevo horas nomás aquí, tendré que poco a poco irlo descubriendo, pero estar allí en esas escenas tan duras, uno llega a veces a partirse, pone el lado sensible y muestra esa realidad de

sufrimiento de las escenas horribles de crímenes e informa y muestra cual es la realidad de lo que está sucediendo, hay que ser duro y sensible a la vez y hacerle entender al lector porque suceden ese tipo de cosas, esos hechos imagínate si se los tapa, son duras son crueles, son imágenes muy fuertes, pero es la realidad, lo estamos viviendo todos los días, podemos salir de aquí y vemos a una persona que pueden acribillar, un volqueta descontrolada por un conductor irresponsable y mata a 3-4 personas, lo podemos palpar, tan cerca, nosotros podemos ser víctimas de eso

FJ: Pero tú crees si has de ver escuchado como que se crea esa violencia o esa sensación de inseguridad desde los medios, que crees de eso

PA: No crea porque como te digo eso lo podemos vivir, eso lo vive la gente, lo que se

ve plasmado en el diario es la realidad, somos 14 casi 15 millones de ecuatorianos regados, tanta cantidad de tierra, en todas partes se dan este tipo de hechos sangrientos, nos puede pasar a nosotros, no estamos alejados de la realidad, qué pasaría si nosotros cogemos y tapamos todas estas cosas, dentro de esos asesinatos, sicarios, de robos, de persecuciones de secuestros, hay cosas que contar no nos podemos quedar con el hecho publicando el hecho, qué paso hay que seguir investigando que hay detrás de eso, si hay gente poderosa vinculada o no, qué tipo de gente esta detrás de asesinatos, de sicarios, hay que mostrar esa realidad, no es que se la invente, no es que se quiera mostrar un escenario sangriento para vender más, es lo que está pasando y la gente quiere saber lo que sucede.

FJ: Es que justo ayer estaba en el hotel y veía los noticieros y era chistoso porque era como ver casi la misma portada pero en los noticieros y esto se repetía en RTS, en el 4 en el 10, era como que tenía la misma onda y había otro ejemplo igual, el "Últimas Noticias", en Quito el "Pepe" o el "Súper", porque crees que ahora la tendencia es ir hacia ese tipo de información, cuando los otros entre comillas se podrían llamar serios o se llaman prensa no sensacionalista en todo caso.

PA: Bueno aparte la cultura también, esa cultura de lectores que tenemos en el país, de que es lo que le impacta a la gente, los hechos, si te has dado cuenta de un año hacía acá el giro que han dado los noticieros, muchos de ellos por no decir todos, abren sus notas

con hechos de sangre, es la identificación, es esa vinculación que hay más con la sociedad, pero volvemos a esto no es porque se quiera vender, o se quiera crear una alarma general o que la prensa este creando un producto sangriento no, son las cosas que se dan, estamos viviendo una ola de violencia bien grande que los responsables a nivel de gobierno digas que no sucede nada, obviamente es porque no les ha pasado a ellos, es entendible no, pero ya vimos reacciones lo que paso con los policías en Guayaquil, encontraron rápidamente a los supuestos asesinos.

FJ: Igual paso con el alcalde de Quito, que le asalten al alcalde de Quito

PA: Si, sucede con autoridades, la gente es muy diligente, muy rápido, pero allí esta pues el reclamo del pueblo, de la sociedad que no se hace justicia, entonces los medios van proyectando eso, se van enganchando mas en lo que es el clamor entendido de la

comunidad. esa parte de educar al televidente, al radio escucha, al lector se lo está cumpliendo de informarlo de educarlo, al momento de hacer las noticias a través de cualquier medio, radial, televisivo, se incluyen cosas que son de mucha ayuda como para que la gente conozca el tipo de cuidados que debe hacer al momento de salir de un

banco, con dinero, de tomar un taxi, que sea víctima de secuestro express. En eso se ayuda en eso la gente va tomando conciencia, esta mas alerta, igual vemos que la delincuencia no baja, es eso, es toda esta vinculación que hay entre medios de comunicación y sociedad, sociedad agobiada de tanta maldad y que los medios son la

parte que ayuda a indicar a las autoridades de las cosas que están sucediendo, del reclamo de la gente por pedir seguridad, respeto, todo lo que necesitan, autoridades del Gobierno, no van a llegar a las zonas más deprimidas de Guayaquil, a ver a los muertos, los muertos no se repiten las fotos de los muertos no se repiten, las fotos de los muertos,

víctimas de sicariato, de robo, no son repetidas son fotos diarias, son imágenes diarias de todo lo que sucede, esa es la realidad.

FJ: Y te gusta estar más en el campo o en la onda editorial

PA: En el campo, si pero igual buscaría alguna manera de salir porque la cosa es afuera, contar cada detalle, contar todo el entorno no, a que huele la ciudad, el llanto, las alegrías, transcribirlas bien, contarlas de buena manera para trasladar al lector y que sientan esos estados de ánimo de lo que se vive afuera, ese es el poder del papel y de la tinta.

FJ: Y crees que le queda poco tiempo al papel o no

PA: No, hay un arma que no está siendo bien explotada por los periodistas de prensa escrita, que son las narrativas, las crónicas, podemos encontrar las noticias de hoy, pueden haber salido de noche en la televisión, la radio la pudo haber llevado más rápido, el internet también, tiempo real no, peor de forma breve en cápsulas informativas, el papel, tiene la posibilidad de contar una historia, todos los hechos, de captar todo, en un partido de fútbol, yo puedo estar sentado tranquilamente en el palco de prensa y puedo describir y escribir para el día Lunes lo que la gente ya escucho en la radio, en los comentarios de televisión, o pudo haber sacado sus propias conclusiones, el valor agregado está abajo, tienes la posibilidad de meterse a la barra, de meterse a la cancha, y contar como insultaban los hinchas, el gol que se comió tal jugador, las decisiones de un técnico, en la calle en una consulta popular, contar como lo vive la

gente, la gente lo ve como una fiesta nacional, salen todos los de la familia, vámonos todos a votar, a una consulta pero que llevan ellos en la cabeza, hay gente que va y no sabe, ni por qué va a la consulta, sabe que va a la consulta, va y raya pero no sabe el fondo, hay bastantes cosas, que se puede enganchar a la gente con crónica, se lo puede

hacer, con una buena narrativa, se lo puede hacer, el papel todavía tiene vida, puede dar para más si se sabe mantener al lector enganchado a las buenas historias, una buena investigación en la televisión el tiempo es rápido, como dicen un día es oro, las buenas

investigaciones o las buenas series en el papel van a tener la expectativa, bien sustentadas aquí está.

FJ: Y que se siente digamos o sea ser un periodista de crónica roja o de sensacionalismo, hay alguna diferencia o es lo mismo.

PA: Recién lo voy a ver, es lo mismo creo yo, llegas es la misma preparación llegas con las mismas ganas, es el hecho, el punto central de lo que mueve la noticia, está en el dolor, en lo que le ha sucedido a X o Y persona que si te das cuenta cambia nomás el título a diferencia de otros diarios, pero están los elementos, todos los detalles, toda la

información de cómo se dio, básicamente es eso, entonces a veces hablan mucho de la morbosidad, que uno va y siempre tiene que buscar la sangre, son cosas obvias, en un asesinato, las causas de la muerte, los presuntos autores de la muerte, los delincuentes,

eso, todo lo que encuentras en "El Universo", en el "Expreso", el "El Comercio", en el "Hoy", de las notas de sucesos, lo encuentras acá.

FJ: Y por qué crees que se le ataca, a veces mucho desde la academia, para muchos grupos sociales, de personas, solo es eso solo es sangre, dicen hasta que le exprimes y sale sangre.

PA: Los titulares las fotos, pero las fotos como te dije es la realidad, es lo que está pasando, vamos a esconder entonces las fotos, eso es lo que sucede en esta sociedad, alocada que se vive a la atropellada, que hay detrás de todo eso, donde está el respeto a las leyes, donde están las autoridades, trabajos de investigación para desarmar bandas

delictivas para evitar ese tipo de cosas

FJ: Y que crees ahora por ejemplo de estas nuevas leyes, de la ley de comunicación que ahora se está tratando, que onda crees que pase con la forma de contar la información, de mostrar las imágenes.

PA: los que sufren o los que van a quedar, sin la información o sin la realidad de lo que está sucediendo, va a ser el lector, o la ciudadanía, eso es lo que va a suceder, prácticamente se evitaría que sepan todo lo que está sucediendo. la realidad se tapanía las deficiencias de autoridades en el control delictivo, pero hay más cosas, si quieren que se baje entre comillas sangre, hay más cosas la información se da todos los días, la información se da todos los días.

FJ: Que restricciones hay ahora con las imágenes, con el tipo de noticias o va a haber.

PA: Bueno hablando de restricciones, tipo de imágenes de gente degollada, baleada, estas imágenes que dicen que son grotescas, groseras, pero

acá hay más información o sea estamos hablando de las prohibiciones que podrían darse con la nueva ley de comunicación, vamos a ver la reacción de la gente también e insisto la gente pide ver la realidad, lo que está sucediendo, el Gobierno tiene medios de comunicación escritos, la verdad que no se cuanto resultado les este dando hasta ahora en esa línea editorial que ellos mantienen, es respetable, pero el pueblo es el que decide, que desea leer como se

desea informar, de qué manera, si habrían sido las restricciones como te dije, aquí está el trabajo, la información la noticia está en la sangre, hay que seguirla buscando y seguir adelante.

FJ: Si has visto la revista alarma la de México.

PA: No, no, no.

FJ: Ahora es más digital pero tienen toda esa onda de imágenes súper fuertes, fuertes, fuertes, ponen en primera instancia, la cabeza degollada con los cuerpos atrás y es absolutamente cruda, es súper fuerte, inclusive, has escuchado la canción esta de Café Tacuba "La alarma" es como dedicada a esa revista, yo decía esta revista es como 10 veces más fuertes que el "Extra" y allá hay un público mucho más grande. Es semanal porque le dan un montón de tiempo a las investigaciones, es como algo súper tenaz digo yo.

PA: Nos vamos a Europa a ver lo que hace "Bilt" de Alemania, 14 millones de lectores en Europa, con rotativas en Francia, Alemania, y la gente lo busca y cuantos gobiernos no han querido tumbarlo para que no se sepan los escándalos de funcionarios de gobierno de Alemania, escándalos con alcohol, lavado de dinero, travestis, prostitutas, es lo que está pasando, son las cosas que se dan allí, ¿Hay que taparlas?, la gente necesita ser representada por alguien que comete actos delictivos de reputación dudosa digo yo, que pasará acá, no se por donde pase tanto las prohibiciones para un medio que informa, que se lo hace como se deben hacer las cosas, con ética, con profesionalismo, buscando todas las versiones posibles para no dejar cabos sueltos, serio en el cual se dan hechos lamentables, buscando sangre, olfateando sangre, sensacionalismo, los titulares, es el

lenguaje de la gente, del ciudadano común, es eso. Puede ser que mi criterio haya cambiado, puede ser, no se mucho más metido en esto,

yo lo veo, ayer estuve leyendo algunas ediciones de "Extra" y es

eso son historias que hay que contarlas mejor si, ahí se ayuda bastante al lector a que tenga una buena cultura de lectura, que entienda, mejor las cosas, no simplemente contarle: fulano de tal falleció, estás son las causas y el jefe de policía dijo que iba a atrapar a los ladrones, no

hay más hay más cosas, hay que buscarlas, hay más historias que contar, no solamente de muertos, sino de deportistas, de futbolistas de gente de espectáculo, de políticos, de hermosas mujeres, todo es vida, todo lo que gira en torno a nuestras vidas, ya te digo metiéndome más en esto de acá, tal vez después de un par de meses, los conceptos sean

mucho más amplios.

FJ: O hayas botado la toalla o no crees

PA: No porque cuando ya te embarcas en un proyecto, metes todo, aquí se pueden hacer cosas interesantes, narrativas de Edgar Allan Poe, se puede meter acá, se las puede hacer acá, le puedes cambiar el cassette a la gente y la gente va a empezar a buscar el periódico por las historias.

FJ: Por eso será que no le gana la competencia, o sea yo creo que no le gana.

PA: Es que no las encuentras en otros medios, no tienen ese espacio y "Extra" si lo tiene, la gente tiene sus creencias, sus cosas, si no le damos espacio a eso, si somos cómplices de tapar estas cosas insólitas, esa sociedad se van quedando, ahí tapada y no crece, hay que abrir un poco la mente a la sociedad y que aprenda a no escandalizarse de

este tipo de cosas, sino que las lea, las absorba, las analice, y que este bien consciente de que es lo que está sucediendo, que no es nada inventado, porque a veces, una cosita ven y uy... que esto, uy... que lo otro, es la realidad.

## **Entrevista a**

### **Carlos José Yagual**

(caset 2:00:54:30)

FJ: quiero que me digas

tu nombre, cuánto tiempo trabajas en comunicación, haciendo

esto de fotos y todo eso. Y qué haces aquí en el extra, entonces ahí ya empezamos con

las preguntas.

CY: Perfecto, mi nombre Carlos José Yagual Rodríguez, tengo en prensa aproximadamente treinta años y soy editor de fotografía del Diario El Extra...se movió

un poquito.

FJ:si, repitámosle nomas.

CY: Si mi nombre es Carlos José Yagual Rodríguez, tengo, soy editor de fotografía de aquí del Diario El Extra y en el medio de prensa escrita tengo aproximadamente treinta

años.

FJ: Carlos, cuéntame ¿qué características tienen o debe tener una foto del periódico, del Diario El Extra?

CY: Bueno las fotografías que requerimos para el Diario Extra pues, es un, como es un diario popular pues siempre necesitamos

fotografías de, que sean impactantes, que muestren la realidad, no alteramos nunca la realidad de las fotografías y tratamos si y no

o sea de mostrar el drama, no, sin mostrar mucha sangre, mostrar tanta crueldad, no, simplemente la realidad nada más, la realidad, sin afectar al, sin herir al lector, no, sin herir a la persona que compra nuestro producto.

FJ: ¿Quiénes compran El Extra? ¿Quiénes compran ese producto?

CY: Todo el mundo, todo el mundo, sí, y, ese es el diario más vendido en el Ecuador.

Y, incluso fuera, se manda fuera del país, este, yo lo encuentro en todas partes, lo encuentro en todas partes, a todo el mundo leyendo Extra, y sacamos, como cubrimos, somos un diario pues a nivel nacional, que circula a nivel nacional pues entonces, lo lee todo el mundo, todo el mundo, en todas partes encuentras Extra y a toda hora.

FJ: ¿Y a veces tienes vecinos o conocidos que leen mucho?

CY: sí, sí, sí... es más a veces voy llegando a casa y los vecinos están esperándome para que les obsequie el diario que no lo han alcanzado a comprar o no han salido, o no paso por ahí el canillista así, sí, en casa mismo pues en ver farándula o deportes, le damos, siempre le damos mucha cobertura a estos acontecimientos.

FJ: Y por ejemplo, el, el otro día yo veía una entrevista, creo que era del Super, pero ella tenía una cámara chiquita y le daba, estaban cubriendo justo a esta señora que le

habían golpeado.

CY: Sí.

FJ: Y ella le dio la cámara a uno de los que tomaban las denuncias para que le tomen la foto a la señora.

CY: Bueno, sí, son artificios que usamos todos, ahora nosotros tenemos ya años en esto

y lo hemos hecho siempre no, y hay gente que, y es la necesidad no, necesitamos la imagen, claro hay que ver, hay que después seleccionar la imagen. No, no todo lo que se

tome o nos tomen, pues o nos pasen podemos publicar no.

FJ: Pero ahí qué pasa por ejemplo, en cuanto hablar, digamos del trabajo del fotógrafo, del saber hacer del fotógrafo versus esa persona de la fiscalía que no sabía hacer fotos y luego, o sea vi que le publicaron inclusive la foto.

CY: Sí, veras, sí.

FJ: Cuándo, cuándo, cuándo predomina digamos lo que se ve en la foto, versus, el saber hacer la técnica fotográfica en la profesión del periodista.

CY: Ya veras, o sea que veras, hay momentos en que, como no podemos estar en todas partes, tampoco somos muchos no, entonces, ciertos periodistas, nuestros sobretodo, cargan cámaras pequeñas, cámaras caseras que son apunta y dispara no, y, como sí, entonces en ocasiones o no nos permiten pasar, o no alcanzo a llegar el cronista gráfico, entonces el periodista saca su camarita y le pasa a la persona o lo toma ella mismo. Los periodistas nuestros siempre están recibiendo consejos, charlas sobre como tomar fotografías, que ángulos usar, como encuadrar, como componer no, aunque te digo que en crónica roja o en sucesos realmente, pues no, no se puede estar mucho uno jugando con las reglas de composición, no, y entonces tiene que tomar a veces lo que encuentras al momento, registrar el momento, eso es, dudas una milésima de segundo y se te paso el momento no. Entonces por eso pues cargamos estas camaritas así y ya te digo pues si no estuvimos en el

lugar pues, pero si logramos conseguir la imagen de alguna manera pues, y, si lo que estamos mostrando es noticioso pues prima ahí los que es lo noticioso o sea se acaba la calidad tanto, el encuadre y la composición, no nos queda otra.

FJ: ¿Qué le hace a un momento noticioso?

CY: Qué le hace a un momento noticioso. Qué buena pregunta. Mostrar un hecho relevante, de interés general, eso básicamente. Y, ya te digo es en el momento preciso, estar en el lugar preciso, el momento preciso, eso, eso es muy importante. Se te paso, ya no, ya no

tiene el efecto que buscas sobretodo no, datar, datar visualmente sobretodo,

FJ: Hay una fotógrafa, que se llama Susan Sonta, fue activista en los sesenta, setenta.

CY: Ya.

FJ: Ella tiene un libro que se llama “Ante el dolor de los Demás”, sobre las fotos que se hacen de guerras, de muerte, pero había una parte interesante donde justo hablaba sobre

una exposición de fotos que se hizo cuando se tumbaron las torres gemelas.

CY: Ya.

FJ: Y ella decía, era para ayuda la exposición, entonces tú tenías miles de fotografías y en cada una creo que la comprabas en 50 dólares, pero ella decía, tú te podías estar llevando la foto del fotógrafo más famoso de New York como el mano que estaba con la kodak desechable ese rato abajo de las torres y tomo la foto, o sea, pero para la gente

absolutamente todas eran buenas fotos.

CY: Ya.

FJ: Entonces.

CY: Lo que resulta aquí, algo que te voy a decir es, o sea es una apreciación mía no, en una desgracia de esa magnitud, casi todas las fotos son buenas, o sea ahí realmente un fotógrafo profesional como un aficionado están casi a la par e incluso con la cámara que use pequeña, grande, cara, barata. Un terremoto, tienes para tomar miles y miles de fotos y no solo tú, todo el mundo, con celular, con camaritas pequeñas, baratas, o sea no, claro un profesional de pronto tiene una, una pequeña ventaja no, por su experiencia y por todo eso no, buscando ángulos y todo eso no, pero, imagínate ante un desastre,

una tragedia de esa magnitud, ya te digo todas las fotos, toda imagen que tengas es casi buena, estas mostrando una cosa, un desastre muy, muy grande, el tsunami, que hubo en Indonesia, el terremoto en Puerto Príncipe, en Chile, entonces, ya te digo, tienes para, o sea hay cien fotógrafos y los cien te están tomando fotos buenas, que se yo, el cinco por ciento no servirán mucho, pero el resto todo te vale, todo te vale, en una tragedia de esa magnitud, si, o sea no, es más no te alcanzas, no te alcanzas porque hay sinnúmero, sinnúmero de momentos que tienes para graficar ahí, que no, nadie se pelea ahí por más porque no te alcanzas, no te alcanzas, es demasiado grande. Ya te digo, puedes con una cámara pequeñita, seis mega pixeles de pronto y de lo más económica, apunte y dispare y sacas una buena imagen.

FJ: Y qué, por ejemplo si decimos que El Extra es un diario popular. ¿Cuáles son las características de una foto popular? O sea, ya no digamos del tipo de información, si es deportes, si es farándula, si es roja. ¿Cuáles serían las características de una foto popular?

CY: Las características de una foto popular pues, bueno, o sea, es como diario popular pues estamos con el pueblo, mostramos las vicisitudes del pueblo, las cosas que le suceden al pueblo, entonces prácticamente todas esas graficas son, todas esas gráficas

que tomamos es gente del pueblo, es gente común y corriente como somos todos, que muestran nuestra idiosincrasia, nuestra cultura, lo que es básicamente nuestro pueblo, todas esas gráficas son fotos de deportes, pues gente de todo, la gente del pueblo, todo es popular, este, nuestros artistas, le damos mucha cabida al artista nacional.

FJ: O sea, entonces más o menos hablamos de quien está haciendo representar la foto es gente popular.

CY: Sí, que se identifica con todo el mundo no.

FJ: O sea eso va por sobre las reglas de composición, de luz, de...

CY: ....no, se puede decir que están a la par, no podemos irnos para un lado, para otro, tiene que mostrar las dos cosas, tiene que tratar de, de estar dentro de, se trata no, que este dentro de las reglas, por decirte, por decirte hace poco un compañero del diario Fraternal, hizo una gráfica de un avión, nome acuerdo de que aerolínea era, este y, y el tipo estaba con un gran angular ese momento y vio que se iba incendiando una de las turbinas, no alcanzaba a cambiar el lente, entonces lo que hizo fue alzar la cámara, disparar, pero era una cosita así que se veía la imagen, la querían para portada y no podía camuflar algo pequeñito, tenían, no daba la foto, tuvimos que interpolar la

imagen, editarla, interpolarla, se amplió, fue a dos columnas, tres columnas no recuerdo y la calidad ahí se fue al traste, pero mostrábamos lo que queríamos mostrar, o sea tuvimos que editar, ya, y darle algo de composición, bueno fue una imagen centrada, no,

no, no era mayor cosa, pero disminuyó mucho la calidad, entonces mostramos lo que queríamos mostrar, y, era un hecho real que nadie podía refutar y de decir no, no se estaba incendiando la turbina. Estaba la foto del avión, se podía identificar el avión, que aerolínea era, todo eso, la hora y todo, entonces es, hay que ir equilibrando no, una cosa

con otra, no, que sea popular, que tenga técnica, que tenga calidad, entonces se trata, se trata mucho de jugar con todo eso, conjugar con todo eso.

FJ: ¿Y hay gente que pide específicamente venir al extra?

CY: Si por, te digo el tipo, sobre todo el tipo de fotografía que se hace acá, y si, tenemos mucha libertad para hacer en ese sentido la fotografía, lo que se les ocurre, la historia gráfica que quieran armar, y se les da las facilidades, este, necesitan movilización, bueno cosas así, si se los puede facilitar más accesorios, equipos, se lo hace.

FJ: Estábamos en esto de las fotos a veces prima mas el suceso entonces que el... muchas veces....

CY: Claro, si, si, si claro, si, si.

FJ: Por ejemplo, he visto que a

veces usan fotos del mismo archivo personal de las familias o de la gente.

CY: Se lo pide porque a veces no queremos mostrar, por decirte si fue descuartizado, por decirte no, si fue, que se yo está destrozado, no mostrarlo así, mostrarle en todo caso envidia no, y el 99,99% de las personas nos colaboran y siempre, y siempre ellos saben que estamos hasta sintiendo un poco también los que ellos sienten pues, vivimos

aquí con muchas cosas que pasan, tragedias que pasan y estamos con ellos y si vemos que de pronto ellos están haciendo algo equivocado, un procedimiento equivocado como uno ya tiene la experiencia de, de, de que pasos dar, a donde acudir, todo eso, uno les va diciendo, no no haga esto, vaya acá, haga esto de acá, denos la copia de la denuncia quee necesitamos, y mire esto no puede quedar así, esto tiene que saberlo la prensa, tiene que saberlo, tiene que publicarlo, denos una foto en vida su familiar, todas esas cosas y las personas no colaboran, colaboran siempre; ya digo es rarísimo la persona que no quiera, pero ya te digo lo que tratamos es de hacer que sepan incluso las autoridades, esas cosas que no saben, les mostramos las cosas, denunciemos, y... y así nos llevamos con las personas con las que entrevistamos, con las que hacemos el trabajo diario, con las autoridades...con todos...ajá

FJ: ... tu, cuando tienes que hacer la edición de las fotos, la edición de las portadas... en qué te fijas, cuándo dices está foto no entra, está si... está no va, está es portada...

CY: bueno...puede ser, caso por ejemplo de un menor pues, y ha sido perjudicado de alguna manera pues, lo cubrimos, lo ponemos un parche y busco, busco si que tengan calidad, que tengan calidad no, si ya no tienen calidad, bueno ahí comienza a primar el momento noticioso, tiene que ir una fotografía, así tengamos que interpolarla,

agrandarla, meterla una máscara de enfoque, para ayudarla, porque está movida, o le faltó luz... o tiene poca luz o tiene mucha luz, eso este, en eso es que nos fijamos.... No tratamos de mostrar mucha sangre tampoco, o si no lo ponemos en un segundo plano,

buscamos una fotografía, en donde esté en segundo plano la persona que haya sido herida... si son delincuentes... y está comprobado que son delincuentes, in fraganti, todo eso, lo mostramos tal cual son no... accidentes... bueno y así también tenemos, bueno dependiendo como el editor general conciba que va a ir la portada... si va a ir una

artista, si va a ir una chica modelo, si va a ir deportes, dependiendo eso cómo haya concebido la portada el editor general pues me comunica y comenzamos a armar, buscamos las fotos y va esto, esto, es el momento de la... es el momento culminante del diario, el momento de hacer la portada... qué noticia va, qué no va, qué va con fotos, qué va sin fotos, si las fotos son impublicables...digámoslo así, donde están mostrando demasiado....demasiada ... sangre, si no es de publicarlo, no lo publicamos, no lo ponemos el gráfico, sólo el titular....

FJ:... por qué crees que ahora, digamos, antes, hace algunos años, era impensable digamos editar las fotos o tocarlas, o cuando era película, era-... el encuadre completo es el mío y es mi decisión y todo eso, porque ahora como que ha variado digamos, por último tal vez usas un gran angular y tienes 24 megapíxeles y puedes ampliarlo al tamaño que quieras; o sea por qué...han habido esos cambios, que tu ya puedes un poco planificar las fotos...

CY:... te digo una cosa...usamos un editor, un programa, un programa de edición de fotografía, pero... tiene una cajita de herramientas, una cajita de herramientas, casi todas las herramientas, casi todas, es lo que se hacía antes pero artesanalmente, en el laboratorio de fotografía, no sé si te has dado cuenta que hay una, hay una que muestra

una de cortar la foto, de editar y hacer el coping, eso también se lo hacía antes, también se lo hacía con la ampliadora, claro, si las quieres ampliar... interpolar, bueno interpolar, ahora por lo que tienes megapíxeles, tienes píxeles, ella te da el tamaño... pero por decirte ... una gráfica que era tratada en un negativo...o slide de 35 mm. si,

teníamos que mover el cabezal de la ampliadora y proyectarla a la pared, para que se amplíe más , lo hacíamos, había que hacer máscara de enfoque, bueno no se llama hoy de enfoque... máscara se hacía... esa máscara era justamente para enfocar, para buscar un efecto de borde a la imagen para que coja un enfoque ficticio... eso también se hacía, se hacían máscaras, o sea se hacía un internegativo, se lo movía un poquito para que enmarque en el perfil, eso se hacía, eso también lo hace el programa de edición de fotografía, que se llama...

máscara de enfoque justamente se llama ahí; claro, por ejemplo en el caso del photoshop, hay una manito que se ve así, y esa manito era cuando uno iba a....., hay también una paletita, esa paletita también se usaba, era un cartoncito negro y un alambrecito y se lo pasaba, eso era para sombrear, o sea todas esas herramientas prácticamente, casi todas, no todas no, porque ya hay unas cosas nuevas, y

ya te digo, todo se hacía, se hacía coping, se hacían negativos grandes, se corregían perspectivas, también tiene corrector de perspectiva el photoshop, tiene corrector de perspectiva...si todo eso lo hacíamos, se levantaba una esquina y ya corregía perspectiva, claro, si todas esas cosas se hacía...

FJ:... no hay nada nuevo...

CY:... si... ahora, si, lo que pasa que ahora es más, se puede decir ahora es más limpio, por ahora no tienes que estarte manchando con químicos, ya no, ahora es seco, no es como antes que tenías que tener un cuarto, una zona húmeda...no, este.... y es más rápido, puedes visualizar con tiempo, puedes ver si va a quedar bien o no... retrocedes

pasos... este, o sea que si se editaba, y yo he estado en la transición, he estado en lo que era convencional, de la película y químico, y ahora digital, aproximadamente del año....cerca del año 2000, comenzamos a cambiar, y he estado, creo que es el primer diario que se digitalizó en fotografía... comenzamos las cámaras digitales a usar, creo que fue el primero, no estoy seguro de eso, creo que fue el primero, si no fue el primero fue el segundo no fue más, si, entonces tenemos mucha experiencia en ese sentido, nos hemos estado siempre capacitando, la empresa siempre nos ha estado capacitando en este sentido, para que, para estar al día en esto y sacar el máximo provecho.. ajá...

FJ:...es así como técnicamente laboran.... Y cuando, digamos, como ahora se quiere prohibir un poco las imágenes de violencia... Hay una pregunta en la consulta que está destinada a esta... yo diría que está muy cercana a la actividad que hace un periodista. Tu crees que eso va a limitar el negocio, o qué les toca hacer, y también, de paso, por

qué, digamos, más se sanciona a las imágenes que al texto... yo pienso que en el texto muchas veces, contiene muchas cosas, que pueden ser mucho más, por qué lo primero que quieren sancionar, o digamos lo que sanciona la misma gente, y critican son las imágenes?

CY: bueno pues sería, pienso no, que sería de pronto porque, sería como estar viendo directamente en vivo lo que pasó no... y en cambio la lectura, pues por mucho que escribas, de pronto no llegas a lograr narrar todo lo que realmente ves en una sola imagen, como dicen por ahí, alguien dice que una imagen te muestra más que mil palabras, una frase así no, más o menos es así. Ahora verás esta empresa en la que

estamos, edita dos diarios Extra y Expreso, pues es una empresa que siempre se ha mantenido, este, dentro de la ley, siempre cumple con todo esto, y si no se puede mostrar el rostro de un niño, de un menor de edad, pues, no se lo muestra, se cuida muchísimo, aquí se muestran imágenes que sean permitidas, que no vayan, que no riñan con la moral no; pero depende lo que pase con la ley, lo que diga la ley, nos

encuadraremos en eso y no creo que, mi criterio es que no va a afectar en nada porque siempre, siempre habrá algo que mostrar de interés al lector, y siempre seguiremos arriba, liderando la, el, la circulación en todo el Ecuador si...

FJ:... yo un poco me pregunto cuándo compite el titular con la foto, hablemos de la portada, digamos que es lo que primero impacta, lo que llama la atención primero al comprar el periódico, aunque muchos compren la marca como decir... no compran como decir directamente la portada sino ya piden el Extra para ver qué les da, tu crees que va algo por ahí, o cuándo por ejemplo, compite un titular con la imagen o cuándo la imagen es la que gana...

CY: bueno el titular te puede decir, pero sigue bien, cómo quedó el carro, el auto donde fugo los delincuentes..... estoy inventándome no... y, y, o sea el titular está invitado a ver a la foto, depende también de la foto, de la fuerza que tenga, el impacto visual que tenga la imagen, pienso que... también pienso que están a la par; mira también una

imagen lo que te muestra es eso, no más, no puedes... a un titular lo puedes modificar, puedes pensar todo lo que quieras, tu imaginación puede volar y puedes poner el titular que quieras... y a veces es el enganche para ver la foto y leer el texto, o a veces es lo contrario es la imagen, te impactó la imagen, y ahí comienzas a leer, claro, qué pasó,

qué es esto...

FJ: por ejemplo había un autor que se llama Roland Barthes, el decía que siempre una foto, necesita de un pie, necesita de un texto que la contextualice, porque muchas veces puede quedar como muy abierto el sentido de la imagen, que podrías decir...

CY:... mmm. No creo que toda foto necesite de eso, pero si de pronto, muchas fotos, sí, si necesitan un poco un poco meter a la persona en qué es lo que realmente está viendo ahí, no sé si has visto, hay imágenes de pronto, que ahí se ve una linda, un dibujo, una linda chica, uno ve una linda chica, y en la misma imagen tú ves una señora

de perfil, una veterana, o sea ya dependería del pie de foto, que te diga vea qué linda chica, o no la señora anciana o la señora de la tercera edad, qué sé yo, depende de lo que diga ahí vas a ver, pero si ves sólo la imagen, ves una chica bonita con sombrero, el otro

no, es una veterana que está ahí de perfil, es una imagen por ahí famosa, donde hay esa dualidad digamos de la imagen no, y pero digo no, habrán imágenes que no necesiten que no necesiten de un pie de foto, algunas, no, no todas, pero algunas que sí, si hay esa

posibilidad de que la persona no capte de la imagen directamente lo que quiere decir, pero bueno, con ponerle una pié de foto que la contextualice, y de ahí la persona dice, a

ya esto es lo que pasó y la imagen es la prueba del momento, de que estuvimos ahí, que le estaban mostrando y esa es la historia de nuestro pueblo...

FJ:... y cuándo por ejemplo entras en competencia con la ilustración, con el dibujo, cuando usas un dibujo, cuándo una foto o cuándo dice no, aquí necesitamos un dibujo...

CY:... ya, bueno, en fotografía pues no, no podemos provocar sensaciones, como dolores, sonidos no, no podemos mostrar, entonces, ahí si tenemos que acudir a la ilustración, pero.... soy yo, un poco reacio a usar ilustración en un diario, si se lo necesita, se lo hace, si no, va fotografía, en ese sentido se lo hace, bueno es mi criterio

no, habrá gente que piense lo contrario...

FJ:...por qué no te gusta la ilustración?

CY:... porque eso es... eso es una creación es algo, o sea son líneas inventadas, son colores inventados, no son colores captados por una lente no, y a más de que al poner una ilustración nos quita unas fotos a nosotros, y nosotros queremos poner siempre una foto, ja,ja, y la pelea es también con los redactores, por que ellos quieren poner más

texto, yo quiero salir siempre con una foto, ellos quieren salir con un texto, yo quiero salir con una foto más grande ellos quieren salir con una más chica, que les de espacio para escribir

FJ:... te has dado cuenta por ejemplo, entre Extra y Expreso,

hablemos de la diferencia entre texto e imagen, tal vez, el Expreso

, tiene muchísimo más texto; tu crees que en el Extra, el espectador, el lector digamos, quiere ver más fotos, o quiere leer más texto, cómo tú le ves al movimiento este?

CY:... si, si, si creo que quiera ver un poco más de

fotos, si quiere ver un poco más de fotos, por eso siempre la pelea nuestra está aquí, no la foto ésta, es más grande, aunque

sea media columna más grande, ganar algo, este poner más fotos, pero igual meter texto para poner datos, del... hora. Nombres, cómo

se desarrolló y poner la secuencia gráfica, en dónde fue y cosas así no, si es que la imagen no muestra, no identifica el lugar donde

fue el hecho no, entonces por eso es que buscamos que vaya un poco más de fotos, a más de que está comprobado que nuestro

pueblo, nuestros compatriotas, nuestros ecuatorianos, no les gusta mucho leer, eso está comprobado en muchos estudios, en

estadísticas de eso, estudios de eso hay, y no les gusta mucho leer, entonces pienso que les gusta ver más imágenes, a más que competimos con la televisión pues no, aparte de la inmediatez, competimos con imágenes con la televisión, por eso se ve que vaya un

poco más de imágenes, que vaya una secuencia más, deportes por ejemplo, yo peleo por que vaya una secuencia para mostrar qué pasó,

cómo fue la lesión, cómo se dio el gol, la celebración, peleo secuencias...

FJ:... sólo una imagen, digamos ...

CY:...no, siempre una principal, una que impacte, y las demás que sean complemento de esa, que marque más o menos una historia, como una historia gráfica y complementada con texto, lógicamente, un buen titular...

FJ: algo que me di cuenta acá , desde que llegué acá el domingo, todos los medios televisivos, casi igual, empiezan con crónica roja....

CY:... comienzan con crónica roja, a la mitad crónica roja y a l

a final crónica roja, cierra con crónica roja, si.

FJ: Por qué cree que pasa esto ahora?

CY: bueno, yo he sabido, que es por reinking no, y me imagino que se darán cuenta que ese tipo de noticias, cuando están dando ese tipo de noticias su reinking se eleva, y controlan los demás canales y siempre se dan cuenta que es eso, ellos siempre se manejan por eso no, es su termómetro, digámoslo así, se miden por eso e incluso canales que no sacaban ese tipo de noticia, ahora, lo hacen igual... de diferentes

maneras, pero igual lo hacen. Y si diario Extra

muestra pues esto, pues, y es el que más vende, también es por algo no...

FJ: pero tu crees que el lector de diario el Extra, consume más la crónica roja, por qué o

qué es lo que más consume el lector de el

Extra?

CY: yo creo que si, es el producto en sí en su totalidad, hay gente que de pronto abre el diario, y se va directo a deportes, otro a la farándula, pero en total igual ven todo el diario, abre la portada, ve la portada, la despliega, pasa a centrales... me he dado cuenta

porque he estado observando no, abre la portada porque el diario también se vende abierto, para ver toda la portada, de ahí se da la vuelta y ve las centrales, que también es

uno de los temas principales que se ha trabajado, alguna crónica o va a

deportes, de ahí ciertas personas van a lo que es farándula, y de ahí regresan y comienzan a leer todo el diario de nuevo, página dos, página tres, página tres que siempre es considerada como una segunda portada no...

FJ:... por qué? ... por que es la impar...

CY: claro, siempre son las impares son las que te dan la vista al lado derecho no, a lo que abres el diario, siempre visualizas...

FJ: o sea que visualmente, primero leemos a la derecha...

CY: eso, cuando abrimos un diario, una revista, una publicación así, pues tienes, la página uno, pasas lo que tienes al abrir es la página tres... te ubicas, pasas luego vuelves, es decir le das dos pasadas a la página tres...

FJ: y cuando ves un reportaje digamos, qué parte de la página, del reportaje ves primero...

CY: en una página?... en una página, bueno ahí, hay lo que se llama el... el cómo te explico, el recorrido que hace la vista al ver una página, un diario, una revista...una publicación, casi es como leer, como leer, mucha gente va al centro y del centro comienzan en "z

" no, en esto está incluido cómo ubicar las fotos, cómo ubicar el texto,

porque es como el recorrido que hace la vista en una página...

FJ: de acuerdo a esto ubicas, la imagen?, dónde ubicas la imagen cuando quieres que vean

CY:

arriba a la izquierda, arriba a la izquierda... siempre y cuando no interfiera en lo que es el diseño no, no choque con otra foto, que no compitan tampoco una foto con otra foto, en dos partes, que cuenten la historia, una foto, dos fotos, las que se alcancen a poner o las que sean necesarias poner... Listo?...

FJ: si, perfecto...

### **3. Entrevista a Ángel Wilfrido Moncayo Samaniego,**

#### **Jefe de diseño de Extra.**

(11:16:02:2011)

FJ: Cuéntame cortamente de tu vida. ¿Cómo llegaste a ser diseñador gráfico?

AM: Mi nombre es Ángel Wilfrido Moncayo Samaniego, soy de la ciudad de Riobamba. Mi historia de vida, provengo de una familia media baja. Mis primeros estudios, estudié en el colegio La Salle en Riobamba. Estuve en el colegio Carlos

Cisneros donde me Gradué de bachiller en electrónica, de ahí

me salí a estudiar en la universidad en el instituto República Federal de Alemania. Era un instituto que nos dio la posibilidad de iniciar lo que es sistemas ya que habían la Politécnica que también por

ahí pasé. Luego de ahí ya salí, no conseguí trabajo en Riobamba. Tuve que salir primero a Quito, me metí en una empresa constructora InaBronco Constructores que en cierta forma aprendí bastante, aprendí a defenderme que es lo principal porque si me metí en unos pequeños líos, no por peleón ni nada sino que, a veces la gente también es media

rara y cada quien tiene su modo de pensar pues no. De ahí regresé, te digo regresé a Riobamba pensé de que regresé con algo de experiencia a trabajar. Ahí entré a una Fundación a dar clases a

niños, jóvenes, personas ya mayores también. Y, de un día para otro como llegué, como vine acá a la Costa, es, un día, en la universidad donde estudié,

me llama la Vicerrectora, me dice sabe que Wilfre quiere venir a trabajar acá como profesor. Digo bueno, dice y donde está este momento trabajando?, en una fundación dando clases. Entonces me dice ya pues, vamos, dice, que queremos contar con usted;

pero hay tres lugares donde usted puede escoger, me dice, porque no es para trabajar aquí en Riobamba sino tenemos extensiones que tenemos con la Uniandes de Ambato, entonces necesitamos un profesor. Digo ya dígame donde voy yo, puedo irme a cualquiera porque de paso como soy soltero tengo esa gran ventaja. Entonces ahí me dio Napo, me dio Macas, me dio Milagros. Entonces en Milagro tengo familia, y en eso, te comento que escogí Milagros, dije bueno a la final tengo familia digo por ahí me voy a, voy a estar bien y puedo trabajar tranquilo. Entonces me fui de profesor. Estuve de

profesor ahí un tiempo, hasta que un día, un amigo, en ese

tiempo no lo conocía, se llama Roberto Vera, me dice oiga profesor, dice, necesito que me ayude en algo, le digo sí dígame en que le puedo ayudar, estaba en la universidad dando clases, entonces

me dice sabe que necesitamos una persona quien nos pueda ayudar a trabajar en un periódico que se está creando aquí en Milagro que es del diario Expreso y Extra. Digo ya pues encantado, digo que hago para ver, me dice présteme su carpeta. Tanto me recuerda ese día que fue un día martes que me vino a buscar. Entonces y me dice

cuando me puede dar la carpeta y le digo ya pues le digo, yo el día viernes máximo yo le doy la carpeta. Entonces le di la carpeta, me llamó un día, me llamó el jueves, el sábado me llamó me dijo que venga acá a Guayaquil a entrevistarme con

el jefe que estaba en ese tiempo y me vine. Me quisieron, le cuento que me quisieron pasar ya en la universidad me dijeron sabe que ya no lo necesitamos ahí váyase a Ventanas a Quinsaloma. Me fui a conocer, estuve un tiempo ahí, pero, no se así es la vida

así pues no, que comencé a tener, comencé con un problema, que la universidad no me estaba pagando el hotel donde me dieron supuestamente para yo vivir. Y ya Comencé con ese problema que no me pagaban, tuve que pagar de mi dinero entonces un día dije sabe

que me van a pagar o no me van a pagar lo del hotel. Entonces se hicieron los locos por ahí y entonces dije no, saben que yo me retiro de aquí me voy a dedicar acá. Y de ahí vine acá a trabajar, pero no aquí a la empresa donde estamos aquí sino que en Milagros había

una oficina. En la oficina teníamos esa, esa apertura de poder ir y entonces ya me dediqué allá. Comencé a trabajar, a trabajar y he ido un poco teniendo experiencia, he estudiado, no tengo título de diseñador editorial, tengo título de ingeniería en sistemas

que no es casi, no es nada parecido a esto pero dentro de la universidad donde yo estudié nos daban diseño gráfico, nos dieron como un, digamos un anexo a lo que estábamos estudiando y lo saqué de ahí, partes he venido a aprender aquí. He ido por ejemplo para tener experiencia en el internet como hoy es, chuta de gran ayuda, he ido viendo páginas, he ido aprendiendo, he ido leyendo, he ido viendo cosas, y la experiencia que da tener, trabajar aquí en el periódico es muy buena. Somos

un periódico o trabajo en un periódico en el cual me gusta trabajar en él. Porqué, porque yo veo de que chuta, por ejemplo primero, el ambiente de trabajo es muy chévere aquí.

Aquí a veces por ejemplo nos enojamos con todo mundo, peleamos entre nosotros, pero es una pelea que dura, que te digo dura unos cinco minutos y luego ya estamos riéndonos entre nosotros o a veces nos llaman, nos critican y eso, pero, en realidad, es chévere o será que me siento a gusto aquí que puedo yo trabajar y puedo decir bueno

aquí me voy a establecer. Entonces vivo aquí por ejemplo, ya en este trabajo desde que inicié ya llevo 11 años, los 11 años que estoy aquí, en un ambiente que yo, para mí es familiar. Porqué, porque como por ejemplo tú lo has visto aquí a veces por ejemplo nos ponemos lo que vulgarmente decimos las chapas, nos ponemos ahí a cantar, trabajando

estamos molestándole al uno molestándole al otro, es que en otro trabajo no te dan la oportunidad esa pues, de reírte, de hacerle una broma a alguien y seguir trabajando normalmente sin afectar tu trabajo con tu vida de amistad. Claro que es un trabajo en el

cual cada quien tiene que poner su punto pues no, y en que este es mi trabajo y este es mío y acá es el juego. Eso sí, en cierta forma a mí, te digo yo, siempre separó eso, cuando hay que reírse hay que reírse y cuando tengo que trabajar tengo que trabajar. Hay veces que tú has visto que yo a veces digo que ahora si digo ya no me moleste, no

jodan ya, o a veces me enojo y digo déjenme trabajar tranquilo, ya basta de, es porque a uno a veces ya llega al punto en que uno dice tengo ya que trabajar y ahora sí no me molesta nadie y tengo que hacerlo ahí. Lo que si me gusta por ejemplo de mí, es, siempre pedir ayuda. Yo pido por ejemplo a mí equipo a Adrián, a Carlos, a Edy que

son mí equipo de trabajo, siempre les digo ayúdenme. Pueda ser un caso que ellos tengan mejor visión que mí dentro de color, diseño y hay veces que ellos me dicen sabes que cámbiale el color y les digo analicemos porque vamos a cambiar, pero porque

tú me dices eso, porque siempre me gusta que, por decirle, a veces no soy el único que se más ni tampoco soy el único que se menos, pero si me gusta que la gente en cierta forma me ayude, para hacer mejor mi trabajo y de eso también voy aprendiendo, voy dándole, como se dice un poco más de experiencia al vivir mío en el periódico. Aquí he

aprendido bastante, por ejemplo, he aprendido, a veces, de broma en broma, a titular. Extra es uno de los diarios que una canción, una palabra del común vivir o por decirte alguna broma, pum sacamos el título, y lo hacemos grande. A veces hay personas que nos dicen oye de dónde sacaron, de dónde sacaron ese titular; por ejemplo el caso de los que jugaron la Sub 20, estábamos hablando ahí con Paco, cuando Paco dice sabes qué y yo le digo oye porqué no le ponemos como lo de Abdón Calderón, él era el héroe niño, pongámosles héroes niños, que tontera y salió el titular: “Héroes Niños”. O sea, date cuenta, y así es el himno, hay palabras, hay frases de la gente, porque, por ejemplo

Extra es de la gente, de la gente común, la gente algún rato dice oye ve, por decirte un ejemplo “Oye pata flaca” y nosotros “Habló el pata flaca” gran titular “pata flaca”. Ese es nuestro diario, es lo que habla la gente, lo que habla de nosotros, eso es lo que nos caracteriza de otros medios, ellos titulan muy científicamente o muy, que te digo, titulan

de una forma más periodística, no sé cómo te podría decir, pero vuelta nosotros no, nosotros tenemos algo loco, nos inventamos cualquier, a veces, perdona la mala palabra, a veces hasta zanganadas nos sale, por querer titular, ya. Por ejemplo, con respecto a lo que estábamos hablando antes adentro, con respecto al diseño, el diseño de

Extra o lo que caracteriza a nuestro periódico es el bien vivo, vivo en el sentido de color, vivo en el sentido de letras, de frases, en las cuales nosotros podemos titular a veces demasiado excesivos, fogosos para poner, es el color, es lo que nos caracteriza. Por ejemplo yo, siempre baso la portada del Extra en que debe tener los tres colores

básicos, que para mí por ejemplo es el negro, el rojo, el amarillo, y lo que viene ya de parte de mitad hacia abajo, ya son colores complementarios, títulos complementarios.

FJ:¿Y por qué son básicos esos colores?

AM: Una, porque son los que causan impresión. Por ejemplo un titular rojo, grande, tú al paso vas caminando por la calle, y se te da en ver, y se te da en regresar por lo menos a mirar eso, qué hay ahí, ya. Por ejemplo, en la Marín, en cualquier palma, el negro, eso es lo que caracteriza al periódico, y eso es lo que yo siempre tengo en la mente de que esos colores son los que nos dan para que nosotros lleguemos a la gente, lo que la gente nos regrese a ver.

FJ: Eso es más en la portada, o igual en el interior, o sea ¿qué diferencia hay entre la portada y el interior?

AM: Ya, por ejemplo la diferencia entre la portada y el interior es que en la portada sí tenemos que meter colores, letras grandes que impacten, es diferente a lo de adentro. En lo de adentro tenemos que tener orden, tenemos que tener criterio para poder hacer, aunque no tanto, digamos que no tanto el criterio porque a veces por ejemplo, nuestro lector es a veces como le digo, le gusta el relajo, el bochinche ya, todo lo que se da en, como se dice, en cierta forma desorden y a veces nosotros tenemos que tener un diseño desordenado pero con respecta a lectura ordenado, ya. Por ejemplo, hace unos, que te

digo, hace unos diez años atrás éramos todo color, ya, y a veces teníamos problemas con los dueños porque nos decían es que ese periódico vende pero ustedes hacen un colorinche, ya. Pero lo que pasa es que esa razón del color, era lo que llegaba a la gente,

llegaba a la gente, por qué, porque decía la gente el extra es donde tú exprimes y sale más sangre. Y yo creo que no tanto también es las fotos, sino que nosotros también por medio del diseño con el color lo hacíamos demasiado fuerte la noticia o también le debilitábamos con el color la noticia, entonces por eso es que algunas personas que

yo he conversado me dicen ustedes pero entre más exprimen es más no. Y hay veces que por ejemplo, ya desde un tiempo atrás, ya hemos venido quitando la sangre, hemos venido quitando ya lo encarnizado que hace un tiempo era el periódico, que ya éste momento ya no lo es.

FJ:¿Y, se ha dejado de vender?

AM: Y no se ha dejado de vender, por qué, porque se ha quitado las fotos o porque se ha quitado la chica. Y es porque como te digo, a veces nosotros hacemos un diseño loco, ya, pero que va a llegar a la gente, que le gusta a la gente, por qué, porque la gente también está identificada con nosotros y nosotros nos identificamos con la gente.

Entonces por eso es lo que te digo, y de ahí la portada para mí sí personalmente debería, debe tener esos colores, ya, combinar los colores sí de acuerdo a lo que venga el diseño, pero debe tener color.

FJ: ¿ Y qué crees que llama más la atención las fotos o el titular. Cuándo decides que una foto lleva más o qué una foto lleva menos?

AM: Mira, tanto para, por ejemplo, tanto la foto puede tener el gran impacto porque una foto te puede contar toda una historia, ya, sin necesidad de letras, sin necesidad de frases, sin necesidad de un texto, una sola foto te puede vender, y tú te puedes imaginar con una sola foto de que, todo lo que ha pasado. Pero, hay momentos dados de que no hay fotos para hacer una portada o para ampliar una portada, entonces ahí decidimos que, tener un gran titular, grande la letra, con color la letra, para qué, para que reemplace a la foto que no tenemos muy buena para salir. Entonces no necesariamente una foto puede ser la gran apertura, también puede ser un gran titular de apertura y un

texto pequeño y una foto pequeña, o puede ser por ejemplo cuando hay casos, voy a ver lo que nosotros decimos un collage, una reunión de fotos en sucesión, sí, que nos puede contar todo lo que pasó en esas etapas, de esa noticia, y abrir con un titular bueno, grande.

FJ:¿Cuándo usan por ejemplo ilustraciones en las fotos?

AM:Ya, ilustración en las fotos o dibujos que decimos, lo utilizamos es cuando por ejemplo nosotros tenemos un accidente, dile que ya voy porfa, Carlos dile que ya voy. Por ejemplo, hay un accidente en el cual las fotos son demasíadamente groseras para el lector, entonces, hoy en día no sacamos esas fotos.

### **Entrevista a Ivone Lagos**

FJ: cuál es tu nombre?

IL: Me llamo Ivonne Lagos Maldonado, tengo 44 años, tengo trabajando aquí 20, el primero de marzo cumpla 20 años; empecé haciendo cobertura de crónica roja, 17 haciendo crónica roja y 3 a cargo del suplemento que sale los domingos, el suplemento dominguero.

FJ: veinte años, o sea que eres casi fundadora...

IL: no, no, el periódico tiene 36 años, claro; bueno, prácticamente treinta y seis a veinte, por cuatro años casi no, o sea son muchos años aquí ya, muchos muchos años...

FJ: Qué tal ha sido todo el proceso. Lo que hacías antes a lo que haces ahora, cómo han sido los cambios de periódico...

IL: definitivamente, el cambio es abismal, un cambio... un cambio drástico, además que, estoy en medio de comunicación donde por parte de los jefes, los dueños, sería así, siempre están a la vanguardia de ver tendencias, actualidades, novedades, lo que es la cuestión de prensa, los nuevos... las nuevas formas de desarrollo, capacitaciones;

siempre están viendo como actualizarse no...y Extra siempre está actualizándose.

FJ: Ya, cómo has visto, por ejemplo el cambio del oficio, porque algunos me dicen que ahora ya no es que vende el muerto, como era antes...

IL: no, ya no...

FJ: por qué crees, que se han dado estos cambios, que ha pasado con los lectores...

IL: es que el lector cambia pues, ya el lector de hace 20 años no es el mismo de ahora, para nada. Cuando yo entré aquí, aquí era el muerto por el muerto y tenía que ir en la portada, tenía que ir en la portada lo más dramático, o sea siempre era lo, lo... no deja de ser todavía, o sea, todavía no es que Extra ha dejado de sacar sus notas de impacto, pero ya tu no ves muertos, ya no ves tampoco la típica mujer, dice desnuda, nunca se sacó tampoco mujeres desnudas, siempre se trataba de poner las estrellitas en sus partes privadas, pero si, si ha cambiado abismalmente. Yo me acuerdo, hace 20 años, mientras el muerto más destrozado estaba, mucho mejor, mucho mejor; si daban permiso o no los familiares, ahí esa, esa era otra cuestión que tenías saberlo manejar, pero ahora no, ya ya el muerto, si tu te has dado cuenta, de un tiempo acá el muerto ya ha quedado en un segundo plano; ves muertos todos los días y sobre todo con la inseguridad que estamos

viviendo, es peor, es peor... antes veías por lo menos a la semana, creo que uno uno diario o cuatro a la semana, ahora no, ahora ves de veinte para arriba; entonces, ya la gente como que... no es que le quitas la sensibilidad, si no que... "a.. un muerto más, como un atropellado más".

FJ: se viven procesos, cambios...

IL: ...si, si ha cambiado bastante, definitivamente se ha cambiado bastante. Además, tu sabes, con las nuevas leyes, eso también a ayudado mucho, mucho mucho... el mismo joven, la misma palabra, el joven, ya no, el de la nueva era ya no, ya está metido en otras cosas, ellos ya vienen con otras ideas, van avanzando con otras ideas; entonces no, ellos no estaban acostumbrados a ver al muerto, te estoy hablando de chicos de dieciséis, dieciocho años...

FJ: ...y si son bastantes los lectores de calidad del periódico?

IL: ...lo lee toda la gente, es que el Extra les trae, trae... aunque lo que nos decía el jefe... el Extra no debe ser leído por menores de edad, siempre nos decía que el Extra no debe ser leído por menores de edad, no.. porque es verdad hay cosas que son fuertes, cosas que son muy crudas, y que Extra las saca, las escribe... entonces... pero ya el

joven, ya te digo, está en otra etapa, la etapa tecnológica; además el internet le ha restado también bastante piso a los medios impresos, si tú te das cuenta... no alcanzaste a comprar el periódico... 50 centavos, vas a la esquina, te metes al internet y encuentras todo el periódico on line, todo el Extra, si no lo compraste una semana atrás, vas a las

ediciones anteriores ahí mismo, en la misma máquina, en el mismo internet... El internet te da todo ahora; entonces yo creo que el chico ya no está como... como el tener a la mano el medio de comunicación, sino que todo lo hacen por medio del internet.

FJ: ... pero ahí puedes medir también cuántos lectores tienes... cuántos ingresan a tus notas...

IL: claro; ahí es más tangible, ahí tu te metes y ves la cantidad de lectores, es cierto...

FJ: ...y cuántas notas tuyas han sido las más leídas, por ejemplo...

IL: mmm, sabes que... no... yo me acuerdo que una vez saqué, entrevisté a una entrenadora, entrenadora personal para el suplemento, yo escribí la nota, esa nota tuvo 8000 lectores, ¡ocho mil!, ha sido la nota más leída de todas, la nota más leída... ajá, pero se yo, cada lector de Extra, cada periodista de Extra tiene su público cautivo...Germania, de pronto yo cuando escribía las notas, Carola... Son los estilos, los estilos, las notas que uno escribe... Yo estaba dedicada a hacer las investigaciones, tuve buenas investigaciones también...

FJ:...y qué secciones no más hay en el Extra?

IL: ...hay en Extra?...ya, a ver, Extra tiene deportes, tiene clasificados

, tiene sucesos, sucesos que abarca todo, tiene la parte

social que son los dramas, las ayudas, humor, farándula, y tiene el entretenimiento que son las páginas de cine y el crucigrama, el

Extragrama...

FJ:... y cuáles son las más consumidas por los lectores, cuáles son las que tienen mayor crédito...

IL: ..., tu sabes aquí este país, este es un país futbolizado... y siempre, siempre los deportes atraen más, siempre es el fútbol, siempre que gana Barcelona, se trata de...

FJ:... va en la primera plana...

IL: ¡la primera plana! si, es que Barcelona es un ídolo y Barcelona no solamente es Guayaquil, tú que vives en Quito debes saber que hay mucha gente que sigue al Barcelona ahí en Quito, no... Entonces si hay un suceso, un caso que ha conmovido al país o a la ciudadanía, también, lógicamente son bastante leídos... Cuando, que te digo,

esos buses, cuando caen los buses al abismo cargados de pasajeros... que son más de veinte...casos como el padrastro este que apuñaló a la hijastra la niña de siete años... o sea son son casos les interesa, todos...

Extra, Extra se lee bastante, Extra lo leen hasta en el último rincón del país, hasta allí llega Extra.

FJ:...y cuál crees que es la fórmula del éxito, por qué crees que lo leen tanto, porque por lo general todo mundo les critica o dicen que si le exprimen sale sangre o te dicen que es para gente inculta...o.. siempre tienen un montón de términos que...

IL: si... no puede ser para gente inculta, empezando que aquí los que trabajamos aquí, todos somos profesionales, tenemos...muchos tenemos dos profesiones, hay otros que tienen cuarto nivel, o sea desgraciadamente se ha estigmatizado al periódico, pero no es así, ahora Extra, Extra no solamente es para gente de clase baja, hay estudios que dicen que Extraes para la clase media, ha crecido la clase de Extra...la clase que le gusta verse bonito, la clase que le gusta vestirse bien, que puede acceder a un buen cine, a un buen restaurante, no es solamente para la gente pobre y el éxito yo creo que es hacer las

cosas con profesionalismo, con responsabilidad, amar lo que tu haces, sino de qué sirve?...mejor quédate lavando platos.. ajá...

FJ:...es decir el éxito son las historias, cómo se cuentan esas historias?...

IL: ¡sí! claro, todo, todo es un conjunto no...las fotos, una buena foto

con una buena historia te vende.... Si no tienes una foto, bueno haz un dibujo pero no inventes, si no toma, saca el dibujo de la narración, y siempre estar ahí en el lugar del hecho, observar; no solamente tener una sola fuente, recabar de varias fuentes, no solamente hacer caso a

la policía, porque, no ... o sea eso no es hacer el periodismo... sino ir más allá no, cubrir todas las fuentes, todos los protagonistas, no protagonistas, todos los participantes de un hecho; si tu cubres todo eso tienes una buena historia...

FJ:... Extrañas crónica roja?...

IL: a veces sí, a veces cuando les veo a mis compañeros, que andan... yo también quisiera meter mano, pero esta es una responsabilidad que es el suplemento,

pero igual, si a mi me dicen que escriba yo escribo no hay problema, yo escribo y hago una nota, yo escribo, yo de escribir no me he olvidado si yo soy periodista, el hecho que hago otra cosa que no sea crónica roja, no sea sucesos, eso no me quita el mérito de seguir siendo periodista...

FJ:... y tú, en tu sección, cuál es la lógica de tu quehacer, qué no más te exige, qué es lo que haces en el suplemento

IL:... en el suplemento...a ver... yo trabajo con Yanela, entonces tenemos una mini reunión o nos ponemos de acuerdo, qué es lo que... o recibimos cartas de lectores que quieren, qué quieren ver en el

suplemento, entonces nos ponemos de acuerdo, “mira Yanela, hay un lector que quiere que se entreviste a Karla Kanora, yo me encargo de

eso”... estamos en temporada playera, qué le puede gustar a una gente, a las personas que van a la playa?...como tema, los bikinis de temporada, las zapatillas que se pueden usar, los sombreros, cómo te puedes cuidar la piel, cómo puedes cuidar a tus hijos del sol, todas estas cosas...e... qué más, que más te puedo decir...e... qué más quieres que te diga...

FJ:...la, haces también las partes de farándula...

IL:... Cómo?..

FJ:...también las partes de farándula?...

IL:...sí, me toca, me toca me toca hacer

eso...

FJ:...te gusta o no te gusta...

IL:... es que yo soy periodista y tengo que hacerlo, o sea a mi no me disgusta... lo que...de lo único de lo que yo no te podría escribir, porque no soy experta en eso, bueno yo no soy experta en muchas cosas, pero es de fútbol, de deportes...

FJ:...no te ha interesado...

IL:... no es que no me ha interesado, si no que yo he estado metida en otras cosas, entonces como yo sé deportes lo cubren ya otros compañeros... yo se que tampoco, de pronto me pueden decir, sabes que Ivonne, ganó Ecuador el mundial, ándate a las calles y cubre la celebración, chévere, cubro la celebración, pero no me digan, métete a un campo de juego y describe cómo sería una jugada, porque yo no, no lo puedo hacer, pero farándula no es como jugar fútbol, no es como escribir de fútbol. Es decir, si tienes buenos contactos, si conoces el medio, pienso que si podrías escribir de farándula, me ha tocado hacerlo, y no me ha ido mal...

FJ:...ayer oí que llamabas, anoche oí que confirmabas, qué (ojo aquí no entiendo lo que pregunta

Frantz...

IL:...si, es que yo, sabes qué, uno tiene que confiar en su fuente, yo tengo una buena fuente... Esa es otra.....

FJ:.... .... No se entiende esta última parte.