



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

TÍTULO

**“TRANSICIÓN DEL DISEÑO EDITORIAL DEL PERIÓDICO
IMPRESO A DIGITAL, CASO DIARIO EL TELÉGRAFO DE LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

AUTOR (A):

Quinde Guerrero, Santiago Israel

TUTOR:

Jaramillo Valle, Félix, MGS

Guayaquil, Ecuador

2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Santiago Israel Quinde Guerrero**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Licenciado en Gestión Gráfica Publicitaria**

TUTOR (A)

Ing. Félix Jaramillo Valle, MGS.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Arq. María Fernanda Compte Guerrero, Dra.

Guayaquil, a los (día) del mes de septiembre del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Santiago Israel Quinde Guerrero**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación “**Transición del Diseño Editorial del Periódico Impreso a Digital, Caso Diario El Telégrafo de la Ciudad De Guayaquil**”, previa a la obtención del Título de **Licenciado en Gestión Gráfica Publicitaria** ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los (día) del mes de septiembre del año 2014

EL AUTOR (A)

Santiago Israel Quinde Guerrero



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Santiago Israel Quinde Guerrero**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“Transición del Diseño Editorial del Periódico Impreso a Digital, Caso Diario El Telégrafo de la Ciudad De Guayaquil”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los (día) del mes de septiembre del año 2014

EL (LA) AUTOR(A):

Santiago Israel Quinde Guerrero

AGRADECIMIENTO

A Dios, mis padres Rubén Quinde y Lourdes Guerrero, hermanos Xavier y Karla e Ivón, mi sobrino Xavercito abuelitos Estela Bermeo, Elicio Guerrero y Gilma Hernández, mejores amigos Álvaro, Miguel, Walter, Víctor, y Vanessa por ese apoyo durante todo mi último semestre y este proyecto, a mi tutor Ing. Félix Jaramillo Valle, Diario El Telégrafo especialmente al Ing. Vittorio Dormi, Ing. Brenda Moscoso por brindarme toda la información para este estudio, Franklin Heredia por sus grandes aportes de enseñanza y finalmente a todas las autoridades y docentes de la Facultad de Arquitectura y Diseño.

A todos muchas gracias.

Santiago Israel Quinde Guerrero

DEDICATORIA

En primer lugar agradecer a Dios, por darme salud y su bendición siempre. A mis padres que a ellos se los debo todo, ese apoyo incondicional que me han brindado y me seguirán dando, a mis hermanos, cuñada y sobrino, mis abuelitas y mi abuelito que desde el cielo me cuida e ilumina.

Santiago Israel Quinde Guerrero



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

CALIFICACIÓN

**ING. FÉLIX JARAMILLO VALLE, MGS.
PROFESOR GUÍA O TUTOR**

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN.....	II
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	III
AUTORIZACIÓN.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
DEDICATORIA.....	VI
CALIFICACIÓN.....	VII
ÍNDICE GENERAL.....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XII
RESUMEN.....	XIV
CAPITULO I: INTRODUCCIÓN.....	15
1.1. Antecedentes.....	18
1.2. Planteamiento del problema.	21
1.3. Justificación.	22
1.4. Objetivos de la investigación.....	24
1.4.1. Objetivo General.	24
1.4.2. Objetivos Específicos.	25
1.5 Alcances.	25
1.6 Limitaciones.	26
CAPITULO II: ESTUDIO GLOBAL DEL DISEÑO EDITORIAL.....	27
2.1. La pieza editorial, su historia e internet.....	27
2.2 Primeras impresiones diseño editorial.....	28
2.3 El diseño gráfico en la era digital.....	30
2.4 El periódico	33
2.5 El periódico digital: origen y evolución.....	34

2.5.1	El Antecedentes del periodismo digital.....	35
2.5.2	El periodismo digital en etapas.....	38
2.6	Primeros diarios digitales en Ecuador.....	41
2.7	Directrices innovadoras del Ciberdiseño.....	42
CAPITULO III METODOLOGÍA.....		44
3.1.	Tipo de Investigación.	44
3.2.	Tamaño de la población.....	44
3.3.	Muestra no probabilística.....	44
3.4.	Procedimiento y entrevistas	45
3.5	Resultados obtenidos.....	49
CAPITULO IV: INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DEL DISEÑO EDITORIAL IMPRESO Y DIGITAL EN EL DIARIO EL TELÉGRAFO.....		50
4.1.	Objetivos comunicaciones.	51
4.1.1	Audiencia.....	51
4.1.2	Plataforma.	51
4.2	Análisis de diseño editorial impreso.....	54
4.2.1	Estilos.....	54
4.2.1.1	Cromática.....	54
4.2.1.2	Tipografía.....	55
4.2.2	Preferencias del lector: Diagramación.....	56
4.2.3	Textos.....	57
4.3	Análisis de diseño: Composición de elementos sitio web.....	57
4.3.1	Estilos.....	57
4.3.1.1	Cromática.....	58
4.3.1.2	Tipografía.....	59
4.3.2	Multimedia.....	60
4.3.3	Textos.....	62
4.3.4	Hipertextualidad.....	62

4.3.5 Preferencias del lector: Diagramación.....	62
4.4 Análisis de diseño medio digital: Aplicación para dispositivos móviles (Tablet y Smartphone).....	64
4.4.1 Estilos.....	58
4.4.1.1 Cromática.....	64
4.4.1.2 Tipografía.....	64
4.4.2 Multimedia.....	64
4.4.3 Hipertextualidad.....	65
4.4.4 Preferencias del lector: Diagramación.....	65
4.5 Análisis de estructura y procesos del departamento de Internet.....	68
4.5.1 Reunión editores video conferencia.....	70
CAPITULO V: PROPUESTA DE DISEÑO EDITORIAL DE UN PERIÓDICO DIGITAL INTERACTIVO (PDI) PARA LA APLICACIÓN DEL DIARIO EL TELÉGRAFO EN DISPOSITIVOS MÓVILES.....	73
5.1 Proceso de diseño.....	73
5.2 Estructura.....	74
5.3 Diseño Editorial Digital.....	89
5.4 Cromática.....	90
5.5 Tipografía.....	90
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	102
BIBLIOGRAFÍA	104
ANEXOS	109
Anexo 1.- Entrevista a expertos en Diseño Editorial Digital.....	109
Anexo 2.- Entrevista Ing. Vittorio Dormi (Jefe y Webmaster en Diario El Telégrafo).....	110
Anexo 3.- Entrevista Ing. Brenda Moscoso (Gerente Área de tecnología en Diario El Telégrafo).....	113
Anexo 4.- Entrevistado: Ing. Ángel Franco (Desarrollo de Aplicaciones Web en Diario El Telégrafo).....	116
Anexo 5.- Entrevista a usuarios de la Aplicación Diario El Telégrafo...	118

Anexo 6.- Respuestas de entrevista a usuarios de la Aplicación Diario El Telégrafo.....	119
Anexo 7.- Cuestionario Focus Group de propuestas de diseño editorial digital.....	127
Anexo 8.- Fotos de visita para la investigación del Diario EL Telégrafo.....	131

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Características del Medio Impreso y Digital.....	35
---	----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Edición impresa Diario El Telégrafo.....	52
Figura 2: Volante aplicación para dispositivos móviles.....	53
Figura 3: Valores cromáticos CMYK.....	55
Figura 4: Familia tipográfica edición impresa.....	56
Figura 5: Valores cromáticos hexadecimal edición web.....	59
Figura 6: Familia tipográfica edición web.....	60
Figura 7: Contenido multimedia edición web.....	61
Figura 8: Diagramación web.....	63
Figura 9: Presentación PDF en la aplicación móvil.....	66
Figura 10: Diagramación de aplicación.....	67
Figura 11: Menú oculto aplicación.....	68
Figura 12: Estructura sala web.....	70
Figura 13: Proceso de transición a digital.....	72
Figura 14: Primeros bocetos de diagramación de portada principal.....	75
Figura 15: Primeros bocetos de diagramación de portada principal.....	75
Figura 16: Primeros bocetos de diagramación de portada principal.....	76
Figura 17: Segundos bocetos de diagramación de portada principal.....	77
Figura 18: Tercera propuesta de diagramación de portada principal.....	78
Figura 19: Opciones de aplicación cromática para escoger en el Focus Group.....	79
Figura 20: Opciones de aplicación cromática para escoger en el Focus Group.....	80
Figura 21: Opciones de aplicación cromática para escoger en el Focus Group.....	81
Figura 22: Gráfico porcentual resultante de aplicación cromática en el Focus Group.....	82
Figura 23: Opción familia tipográfica “Arial” en el Focus Group	83
Figura 24: Opción familia tipográfica “Georgia” y “Arial” en el Focus Group	83

Figura 25: Gráfico porcentual resultante de la elección de tipografía en el Focus Group	84
Figura 26: Opción navegación y diagramación para la presentación de noticias en el Focus Group	85
Figura 27: Gráfico porcentual resultante de navegación y diagramación para la presentación de noticias en el Focus Group	85
Figura 28: Diagramación y navegación para presentación de noticias.....	86
Figura 29: Opción de menú en el Focus Group	87
Figura 30: Gráfico porcentual resultante de la elección de menú en el Focus Group	88
Figura 31: Diseño Editorial escogido para la portada principal	89
Figura 32: Familia tipográfica Arial.....	90
Figura 33: Familia tipográfica Georgia	91
Figura 34: Diseño Editorial escogido para la presentación de la noticia o artículo y navegación	92
Figura 35: Representación de la interactividad selectiva.....	93
Figura 36: Portada de sección.	94
Figura 37: Diseño escogido para el menú	95
Figura 38: Propuesta de sección política	96
Figura 39: Propuesta de sección opinión	97
Figura 40: Propuesta de sección deportes	97
Figura 41: Propuesta de sección mundo.....	98
Figura 42: Propuesta de sección economía.....	98
Figura 43: Propuesta de sección cultura.....	99
Figura 44: Propuesta de sección sociedad.....	100
Figura 45: Propuesta de sección imágenes.....	100
Figura 46: Propuesta de sección videos.....	101
Figura 47: Propuesta de sección Edición impresa	101

RESUMEN (ABSTRACT)

RESUMEN

Un periódico es un medio de comunicación que actúa como trasmisor de ideas y noticias, el mismo que si es impreso, su vida útil es corta, ya que la velocidad con la que surgen las noticias deja obsoleta esta publicación en horas mientras que el periódico electrónico es un producto interactivo y de multimedia como el texto, la imagen, el video y el sonido sin límites de espacio y tiempo. El diseño editorial es el área del Diseño Gráfico especializada en la maquetación y composición de diferentes publicaciones, la pretensión es diseñar obras y difundirlas, comunicar eficientemente ideas a través de tipografías, colores, formas y composiciones. La era digital implica el uso de nuevas herramientas para el ejercicio de la actividad profesional totalmente complejo.

Palabras Clave: transición, diseño, editorial, periódico, impreso, digital, versión.

ABSTRACT

A newspaper is a medium that acts as a transmitter of ideas and news, the same as if printed, life is short, and the speed with which news comes obsoletes this publication day while the electronic newspaper is an interactive multimedia product such as text, image, video and sound without limits of space and time. Editorial design is the area of Graphic Design specializing in layout and composition of different publications, the aim is to design and disseminate works, effectively communicate ideas through fonts, colors, shapes and compositions. The digital era involves the use of new tools for the exercise of the fully complex professional activity.

Keywords: transition, design, editorial, newspaper, printed, digital version

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

El propósito de este trabajo investigativo, es que sea una referencia de consulta para los estudiantes de Diagramación y Diseño Editorial de la carrera de Diseño Gráfico, reconocer la importancia que tiene el periodismo digital como parte de la formación profesional de los comunicadores, estableciendo el conocimiento que deben tener los comunicadores sobre el tema y evaluar las herramientas tecnológicas, que se debería conocer para el desarrollo profesional en cuanto al periodismo digital.

El estudio titulado “Transición del Diseño Editorial del periódico impreso a digital, Caso Diario El Telégrafo de la ciudad de Guayaquil”, que aquí se presenta, se ve envuelto dentro del tema interesante de las tecnologías actuales, y sobre todo, su participación dentro del diseño gráfico editorial. Actualmente, se está visualizando que, dentro del mercado se está correlacionando distintas clases de dispositivos electrónicos, los mismos que son utilizados para ver en pantalla los textos de forma digital.

El lector le da mayor uso a las editoriales, los diarios y las revistas impresas, pues, están más al alcance del público lector, y es ahí donde comienzan a editar sus publicaciones de forma digital. Esta nueva manera de trabajo o modelo es parte esencial para el progreso en el diseño gráfico y del diseño editorial, es un proceso, dentro del cual, traspasará la costumbre, es decir, desde los métodos originarios de maquetación o impresiones físicas a innovadores diseños, los mismos que serán vistos desde cualquier tipo de pantalla.

En la actualidad, diseñar publicaciones para la web y dispositivos móviles, es totalmente nuevo en el diseño gráfico, con una presencia desde hace aproximadamente quince años. Si bien es cierto, que dentro de este término de tiempo, ya se han implementado varias modificaciones de

conceptos y técnicas, para la obtención de resultados con mínimas bases de funcionalidad.

Es de vital importancia, indicar que estas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), son parte del mercado de la información y que tanto el ciberperiódico o periódico digital, son instrumentos de información y parte del Periodismo.

El periódico en papel físico es la identidad tradicional originaria dentro del contexto informativo. Y es así, como la interrelación que se deriva entre el diseño de ambos productos entendemos muy significativas las palabras de McLean, cuando escribe:

“Aunque las técnicas han cambiado, la finalidad del diseño tipográfico sigue siendo la misma. Esto se basa en comunicar palabras: sin ellas la tipografía no existiría. La tipografía es el medio del que nos servimos para poner a disposición de todo el mundo palabras que alguien ha concebido en su mente y plasmarlas luego sobre un papel.” (McLean, 1993, p. 9)

La abstracción es la base del diseño del periodismo de forma digital, y la meta que se plantea para las empresas que se dedican a vender información, los periodistas y diseñadores. Esto va a causar un gran impacto en la sociedad receptora, pues, todo acto tiene un efecto o una reacción, ante un producto o servicio, el cual permite su continua aportación, en este caso, la tecnología.

Existen muchas variantes que son de indispensable atención para el que se dedica al diseño gráfico, tales como, proporcionar información a los interesados, clientes en general, etc. El profesional en diseño gráfico se pregunta si definitivamente ya no existirá el papel, la información impresa,

traspasando de lo físico a lo digital, siendo una aportación al medio ambiente, también resalta las interrogantes: ¿En qué tiempo las personas se adaptarán al cambio?, ¿Esto tendrá mejores beneficios para el diseñador gráfico?

Por lo tanto, el objetivo principal de dicho caso de estudio, consiste en estudiar la transición del diseño editorial de periódicos impresos a digital analizando el caso del Diario El Telégrafo de la ciudad de Guayaquil. A su vez, los objetivos específicos son: Analizar las técnicas, diseño y procesos que utiliza el Diario El Telégrafo en su transición a su plataforma web y dispositivos móviles, determinar las preferencias del lector analizando la diagramación en la plataforma web y aplicaciones en Smartphones, Tablets o iPads, conocer la opinión de un segmento de consumidores por medio de entrevistas a expertos en el tema.

El presente trabajo se desarrollará a lo largo de cuatro capítulos. En el primero, se hará una introducción al diseño editorial, sus antecedentes, repasando los momentos más relevantes de su historia y evolución. Seguidamente del planteamiento del problema que se da del periódico digital en la web y sus aplicaciones móviles, explicando su justificación del estudio. Finalmente, analizando los objetivos principales y secundarios.

En el capítulo dos, se tratará los principales acontecimientos que conforman la evolución del diseño editorial desde sus albores hasta la actualidad, sirviendo para remarcar la influencia de los avances tecnológicos a lo largo de la historia en esta disciplina. Se dedicará un subcapítulo a internet, donde se tratará la enorme repercusión que está teniendo este nuevo medio, como canal de difusión y soporte para los textos digitales.

En el capítulo tres, se presentará el objeto protagonista del estudio, se realizará una panorámica del momento actual que tiene el periódico digital, analizando las características del mismo y sus aspectos más relevantes, así

como las posibilidades de uso que nos ofrecen y los tipos de interactividad que posee, todo esto mediante el análisis de la transición del diario impreso a digital en el Diario El Telégrafo. Seguidamente, se hará un repaso de su evolución desde sus inicios, y de los dispositivos electrónicos que han permitido mostrar textos digitalmente. Se especificarán también las principales tecnologías y sus características.

En el cuarto y último capítulo se basa al análisis y lo expuesto en los capítulos precedentes, desarrollaremos las conclusiones y una propuesta para un Periódico Digital Interactivo (PDI). Incluirá qué tipo de estructuras hipertextuales debería utilizar, qué enlaces semánticos debería tener, qué modalidades interactivas de comunicación podría incorporar, y cómo se vincularían éstas con las noticias cotidianas del medio. La propuesta apuntará entonces a definir un modelo de Periódico Digital en el que el lector tenga una mayor participación en la construcción de la actualidad.

1.1 Antecedentes

El origen del periódico digital ha constituido un gran impacto en la sociedad, pues es realmente amigable con el medio ambiente, aporta a la protección del ambiente, y sigue los lineamientos de la aplicación del plan del buen vivir, es un canal de comunicación a nivel mundial, que llega la noticia de otros países, otros continentes, en cualquier hora, lugar, idioma, etc. Mismo impacto que también vivieron nuestros antecesores, como cuando salió la prensa de masas, a mediados del siglo XIX; también, en la década de los veinte cuando la radio se escuchaba; y el impacto sorprendente, cuando salió la televisión; y actualmente, tenemos el periódico digital, que es un desenlace a nivel mundial, pues, aporta en tiempo y espacio, el acceso a la información en donde sea y cuando sea.

La palabra periódico ha sido observada por ciertos autores que han indicado que el medio tiene una difusión perenne, pues, la periodicidad deja

constancia de su noticia, sobre todo, cuando ésta ha sido física y ha sido visitada por su relevante información.

En el transcurso del tiempo, el nuevo medio se lo ha conocido como: periódico electrónico, informativo electrónico multimedia interactivo, servicio informativo online, prensa online, diario digital, diario online, sitio de noticias online, sitio web de noticias, diario en internet, ciberperiódico, entre otras denominaciones. Es preferible utilizar los términos de periódico digital para diferenciar del periódico tradicional físico, las noticias del periódico digital serán conocidas como ciberperiódico, cibernoticias, o sitios de noticias, o con cualquier término relacionado a la tecnología digital.

El ciberdiseño periodístico atraviesa unos niveles complejos, tanto a nivel internacional como a nivel nacional, dentro del lapso de tiempo, como la traslación, la misma que consiste en contenidos sin casi nada de cambios con respecto a diagramación, que depende de un soporte tradicional, como es el papel que circula por los años iniciales de los noventa; posteriormente pasó por la adaptación, que es la etapa donde el ciberperiódico empieza a tener cabida, muy aparte en que los cibernautas, durante ese tiempo vivieron el cambio de sus pantallas que eran de 640 x 480 pixeles a 800 x 600 pixeles, este último permitía una “ventana” desde la cual se podía apreciar los contenidos ciberperiodísticos, circunstancia vivida a mediados de la década de los noventa; y, por último, la emancipación, ésta en cambio, se proyectó a mediados de los diez primeros años del siglo XXI, con un cambio en las pantallas con resolución de 1.024 x 768 pixeles. (<http://nennyfruts.wordpress.com/tag/ciberperiodismo/>)

Por el año 1991, comenzó a funcionar la *World Wide Web* abriendo un inmenso campo de experimentación y desarrollo al diseño gráfico. Este medio se convirtió en pocos años en un sistema de difusión con alcance mundial, cambiando para siempre el mundo de las comunicaciones (Zapaterra, 2006: 19).

Para el año 2007, Diario El Telégrafo, llegaba a un tiraje de 450.000 ejemplares en el mes de enero; siendo su única versión digital, su sitio web, el mismo que presentaba muchos problemas técnicos con servidores que en momentos se podía apreciar el sitio web y por momentos no: *“la página se caía”*, según indicaba el gerente del Diario, desde el extranjero, lo que hubo afectado las visitas digitales a la página del Diario El Telégrafo.

Posteriormente, en el año 2008, hubo una nueva administración; con la Ingeniera Brenda Moscoso, quien es Gerente de Tecnología del Diario El Telégrafo, fue que se renovó la presentación de la versión digital del Diario, empezando con un rediseño de su página web, apreciándose favorables cambios para el Diario, con las nuevas tecnologías y un mercado digital que hizo crecer al Diario, lanzando sus difusiones digitales en redes sociales, su página web adaptativa para cualquier dispositivo móvil y su Aplicación para la visualización interactiva con mucho contenido multimedia, siendo también una de sus principales razones para la innovación del diseño editorial digital del Diario El Telégrafo: *“Había que destacarse y ser mejores que la competencia...”*.

Un caso que se presentó en Estados Unidos, es del empresario Rupert Murdoch¹ tomó la decisión de lanzar su periódico New York Post a plataformas digitales exclusivamente en teléfonos celulares, iPads y otras tabletas. Uno de sus motivos fue que esto permitirá que los jóvenes lean más los periódicos. Murdoch ha concentrado buena parte de sus esfuerzos en capitalizar ingresos de sus plataformas digitales, al cobrar por buena parte del contenido que ofrece a través de las mismas.

También indicó que *"Representa un verdadero cambio en la presentación de las noticias"*, esto que nos dice, consideró que es una

¹ **Rupert Murdoch.**- Es un empresario, inversionista y magnate australiano CEO y principal accionista de News Corporation, que comprende medios tales como: The Sun y The Times, considerada la segunda corporación de medios de comunicación más grande e influyente del mundo.

decisión acertada para el público lector joven que posee una gran mayoría de dispositivos móviles en los Estados Unidos. (Murdoch, 2010).

Las revistas digitales van muy compaginadas con las tabletas táctiles que recién se están incorporando al mercado, para facilidad de los usuarios.

El diseño se está adaptando a la realidad del diario vivir, el lector ya se está actualizando y acoplándose a los nuevos sistemas de diseño digital, no existe un manual obligatorio cuando se quiere elaborar una revista online; pero, en la práctica, se usa la informática, como la utilidad de las aplicaciones, que sirven para mostrar publicaciones, unas aplicaciones servirán sólo para algo concreto y otras para publicaciones distintas; siendo su objetivo general, tener un marco virtual para diarios y revistas que se liguen a los múltiples dispositivos que el mercado está ofreciendo.

1.2 Planteamiento del problema

Los periódicos de nuestra ciudad, presentan ciertas deficiencias de estética y funcionalidad en su diseño al ser trasladados de la versión impresa a la digital, debido al desconocimiento de las tendencias del diseño web y limitaciones tecnológicas en las plataformas web (Caso Diario El Telégrafo).

El problema de diarios, como: El Universo, Diario El Telégrafo, Extra, El Comercio, es que utilizan aplicaciones conocidas como “papel digital”, las cuales tienen una versión básica de presentación en los dispositivos móviles, estas aplicaciones tienen una interfaz lenta, de compleja navegación y son carentes de diseño efectivo, lo que causa que el usuario no lo vea atractivo y hasta llegue a descartar la lectura de dicho periódico digital.

Otros medios de comunicación como: Diario Súper y Metroquil, carecen de esta presentación digital para sus dispositivos móviles y en sus plataformas web no utilizan “*Responsive Web Design*”².

Se pretende analizar que los medios impresos usen la adecuada plataforma y presentación digital de sus aplicaciones en los dispositivos móviles y sitios de internet, logrando así, una mejor interfaz al lector digital, estableciendo nuevas estrategias de publicidad.

1.3 Justificación

Esta investigación se justifica, ya que, la gran afluencia del formato digital está diseñada para presentar innovaciones al mostrar el contenido. Adicional de las expectativas innovadoras a nivel del formato digital, anteriormente cuando los libros eran publicados de forma física, lo hacían mediante una demanda analizada; ahora, el profesional de diseñador gráfico tiene múltiples maneras de comunicar, bajo premisas de modelos.

Entender la intención de las versiones electrónicas, ya sea: Apoyar la imagen de sus respectivas versiones impresas, o crear un posicionamiento en un segmento de mercado diferente; con criterios para identificar a tiempo, cuándo y bajo qué particularidades puede aparecer una contienda dentro de la misma publicación entre la versión digital y la impresa, lo cual podría llegar a una amenaza para la conservación de alguna o ambas. (Del Carmen, 2003).

² **Responsive Web Design.**- por sus siglas en inglés o diseño adaptivo, tiene por objeto facilitar la visualización de las webs en cualquier tipo de dispositivo, independientemente de su tamaño de pantalla o resolución. Esto pasa también por la adopción en programación del lenguaje HTML 5 y de las hojas de estilo CSS3. Igualmente, el diseño se ve influenciado por los dispositivos móviles en el tamaño con el que se presentan los elementos en una web. No es lo mismo pantalla de 24 o 27 pulgadas de un monitor para un ordenador de escritorio, que las 8 de una tableta o las 2'5 de un Smartphone. Esto obliga a que el diseño de los objetos y los botones en la web sea de un tamaño superior a lo que venía siendo. (De la Cruz, 2014, p.188).

Así mismo fomentar la toma de decisiones críticas y objetivas para justificar cuándo una transición de impreso a digital es aplicable y necesaria, determinando las condiciones óptimas en que se debe encontrar una publicación y los factores que permitan el cambio.

Como dijo Xavier Kirchner, en su intervención, en la jornada “Retos e interrogantes alrededor del libro electrónico”, organizada en Barcelona por la Asociación Fomento de las Artes y del Diseño (FAD): *“siempre tendemos a preguntarnos cómo podremos hacer lo mismo de siempre con un medio nuevo, cuando lo que deberíamos hacer es averiguar qué nuevas cosas nos permitirá realizar”*. (2010).

En este proceso de descubrir y explorar las posibilidades que se presentan, han aparecido las primeras aportaciones al mundo editorial; una de ellas, es el libro enriquecido, que paulatinamente se perfila como una opción interesante para algunos tipos de texto; y otra, son las revistas y diarios concebidos para las tabletas táctiles e internet móvil, que mejoran la experiencia del lector con una interactividad mayor y mejorada a la de sus versiones para computadoras convencionales.

En países como Venezuela, la evolución de los medios impresos es palpable, según (León, 2005), el periódico es hoy infinitamente más amigable que antes. La cercanía al lector, las fotografías y los avances en diseño gráfico representan un esfuerzo muy importante, el cual incrementó la penetración de la categoría. "Los grupos editoriales emprendieron estrategias de comunicación más audaces. El sector sencillamente dejó de ser pasivo y se convirtió en un conjunto de medios hiperconectados con sus públicos, un fenómeno que aumentó significativamente el número de personas que se conecta con los periódicos, no únicamente en calidad de lectores de noticias, sino como consumidores ávidos de información útil para adquirir bienes y servicios", agregó.

Para la realización del presente trabajo, se utilizó varios métodos de investigación y diversas fuentes informativas que me permitió obtener una imagen muy cercana a la cantidad y realidad de los medios digitales del Ecuador y a nivel internacional.

Este estudio utiliza un enfoque cualitativo realizando una investigación del método actual que utilizan algunos periódicos de Guayaquil, como el Diario El Telégrafo, por medio de entrevistas, observación directa, explicando cómo se realiza el proceso de transición del periódico impreso a digital en sus plataformas web, dispositivos móviles y redes sociales.

Un enfoque cuantitativo determina una segmentación de mercado digital en Guayaquil, por medio de estadísticas para analizar la forma en que se presentan estas noticias, horas de tránsito, plataforma o soporte, diseño, la jerarquía de la información, las preferencias del lector y características web.

Con la finalidad de analizar y explorar las plataformas, formato y el proceso de la transición del medio impreso a digital. Se espera que la investigación termine presentado una propuesta de Diseño Editorial Digital para la correcta presentación de este medio en los dispositivos móviles como Smartphones, Tablets o iPads.

1.4 Objetivos de la investigación

▪ 1.4.1 Objetivo General

Estudiar los elementos inherentes del diseño editorial en la transición de periódicos en su versión impresa a la versión digital analizando el caso del Diario El Telégrafo de la ciudad de Guayaquil.

1.4.2 Objetivos Específicos

1.4.2.1 Describir las técnicas, diseño y procesos que utiliza el Diario El Telégrafo en su transición, a su plataforma web y dispositivos móviles, haciendo hincapié sobre todo en las estructuras y los enlaces hipertextuales.

1.4.2.2 Analizar el diseño y los rasgos evolutivos de esta área nueva que conducen al éxito o fracaso, por medio de entrevistas, para conocer la adaptación o rechazo del usuario.

1.4.2.3 Identificar las posibilidades interactivas de comunicación a través de los diarios digitales para una mejor comunicación.

1.4.2.4 Elaborar el análisis visual, diseño, esquema, diagramación y soporte a través de los periódicos que tienen la versión digital para el uso en dispositivos móviles.

1.4.2.5 Mejorar la diagramación e interactividad en diarios digitales a través de diseños de aplicaciones para dispositivos móviles para lograr un enlace digital llamativo e interactivo.

1.5 Alcances

Las personas beneficiadas son los diseñadores editoriales y de páginas web que desean incursionar en estas áreas, fusionando sus conocimientos de ambas. Así mismo, las empresas dedicadas a publicar información de manera periódica y que estén interesadas en ampliar su mercado y reducir costos, mediante la adaptación a versiones digitales de sus ediciones. Y, principalmente, el público, usuario de publicaciones digitales que busca en la red información e interfaces de alta calidad,

interesantes y de sencillo acceso para estar al día en las diferentes áreas de su interés de la manera más rápida y clara.

1.6 Limitaciones

Se presentará mucha privacidad y restricciones de contenido, debido a las políticas de cada periódico que tiene establecidas. El total acceso no será permitido por lo que se plantea por medio de la Ingeniera Brenda Moscoso (Gerente de Tecnología del Diario El Telégrafo) nos pueda facilitar la apertura necesaria con mucha ética y responsabilidad para el desarrollo del estudio establecido.

CAPÍTULO II

ESTUDIO GLOBAL DEL DISEÑO EDITORIAL

En el presente capítulo, se desarrollará un resumen de la historia del diseño editorial. También, se va a tratar una de las principales piezas de esta rama –periódico, profundizando en la evolución formal que ha tenido a lo largo de su existencia. Para una mejor comprensión, además de su evolución a lo largo de la historia, se revisará la relación que guardan con los avances tecnológicos.

El Diseño Editorial es el área del Diseño gráfico especializada en la maquetación y composición de diferentes publicaciones tales como: revistas, periódicos, libros, catálogos y folletos. Se encarga de organizar en un espacio texto, imágenes y, en algunos casos, multimedia; tanto en soportes tradicionales como electrónicos. Es la búsqueda del equilibrio estético y funcional entre el contenido escrito, visual y los espacios. (Zanón, 2008 p. 9).

La pretensión del Diseño Editorial es diseñar obras y difundirlas, comunicar eficientemente unas ideas a través de unas tipografías, colores, formas y composiciones que muestren una relación inequívoca del contenido con el continente. Es también uno de los escaparates más competitivos en el mundo del diseño gráfico, su originalidad posiciona a las revistas, la prensa, los brochures, los libros, como unos soportes donde el texto junto con las imágenes impulsa con precisión la eficacia del mensaje. (Zanón, 2008 p. 9).

2.1 La pieza editorial, su historia e internet

El Diseño Editorial se desarrolló a partir del Renacimiento, -mediados del siglo XV-, con la invención de la imprenta de tipos móviles, que produjo una revolución cultural. Sin embargo, podemos afirmar que ya desde tiempos antiguos el hombre recurrió a formas de diseño para conservar la información por escrito. A la hora de escribir se utilizaron, primero, placas

regulares de arcilla o piedra. Luego, se emplearon rectángulos de papiro para los manuscritos, y ya para entonces se estableció escribir siguiendo líneas rectas y márgenes.

En la Edad Media los copistas, encargados de la realización de manuscritos únicos, establecieron normas referentes a márgenes, columnas y espaciados que continúan vigentes en Occidente desde entonces. Los copistas fueron, de alguna manera, los primeros expertos en diseño editorial. Tenían poder de decisión directo sobre la forma de cada ejemplar copiado, poder que recién en el siglo XX recuperarían los diseñadores gráficos (Books designonline, 2014).

Recién en el siglo XX, hubo una renovación significativa en el diseño editorial. Ésta se produjo gracias a los aportes de la Bauhaus, escuela alemana de diseño, arte y arquitectura fundada en 1919, desde donde se experimentó con el uso asimétrico de la retícula. La propuesta novedosa permitió salir de la monotonía de los diseños, si bien en la práctica este empleo asimétrico de la grilla resultó caro y complejo, sólo accesible para ediciones elitistas. Los diseñadores de esta escuela fueron los que por primera vez desde la época de los copistas produjeron composiciones con indicaciones de diseño detalladas, independientemente de las pautas convencionales de las imprentas (Zanón, 2008 p. 12).

2.2 Primeras impresiones diseño editorial

Es básico, mencionar que de mayor trascendencia empezaron las revistas, los periódicos y sus suplementos; posteriormente se ubican los libros, catálogos y fascículos. En sí, todos estos medios han sido y son productores de comunicación. En cuanto al diseño editorial Yolanda Zappaterra escribió:

“Cuando opera en el medio editorial, el diseño puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida. Todos estos objetivos han de existir y desarrollarse de manera cohesionada para lograr un producto final agradable, útil o informativo” (Zappaterra, 2006, p. 6).

Los naipes fueron las primeras obras que se realizaron, al mismo tiempo que imágenes de santos -en el Museo de Bruselas se conserva una xilografía de 1418 que representa a la Virgen rodeada de cuatro santos-. También, por estas fechas se comenzaron a grabar planchas con textos en letras góticas, imitando los códices de la época, pero la laboriosidad y la lentitud en el proceso obligaron a buscar una técnica más rápida.

La verdadera invención de la tipografía se atribuye a Johannes Gutenberg³, tanto por sus originales ideas como por fundir letras sueltas y adaptar una prensa de uvas para la impresión de pliegos de papel, que es lo que constituyó la imprenta primitiva en 1440.

La realización del trabajo era larga, podía durar hasta diez años. En el alta edad media, en Europa la imprenta se utilizaba para publicar folletos publicitarios o políticos, etiquetas, y trabajos de pocas hojas; para ello se

³ **Johannes Gutenberg.**- (1397-1468), inventor alemán nacido en Maguncia; su apellido verdadero era Gensfleisch. Orfebre de profesión, fue el primero en idear en Occidente la imprenta de tipos móviles, que ya existían en China, inventada por Pi Sheng en 1041. En 1450 Gutenberg erigió en Maguncia, en compañía del rico joyero Johann Fust, una prensa de tipos móviles en la que imprimió la primera Biblia latina (1450-1455). Disuelta la sociedad, Fust continuó con la imprenta, asociado a Peter Shoffer; el arzobispo de Maguncia le ayudó a montar otra prensa. en la que imprimió *El Catholicon* (1460), *Las Cartas de Indulgencia*, etc. (Gil 1993, p. 42).

trabajaba el texto en hueco sobre una tablilla de madera, incluyendo los dibujos. Una vez confeccionada, se ajustaba a una mesa, también de madera, y se tintaba de negro, rojo o azul -solo existían esos colores, después se aplicaba el papel y con rodillo se fijaba la tinta. No se podían hacer muchas copias debido al desgaste de la madera. A esta técnica se le llama xilografía. (Zanón, 2008 p. 12).

2.3 El diseño gráfico en la era digital

Los diseñadores gráficos son los que inicialmente llevaron más allá su óptica, ya que, ellos están dentro de los constantes cambios y evolución de la tecnología.

El amplio progreso de la tecnología permite realizar cambios de cualquier magnitud, resolución, ángulo que anteriormente era muy difícil elaborar; pero ahora, es tan fácil manipular la información, textos, gráficos, etc. desde computadoras personales y con la utilización de datos, puede modificar de último momento sin ningún inconveniente.

Muchos fueron los que aportaron a este cambio extremo, tales como la empresa *Aplicaciónle*, que lanzó la computadora *Macintosh*¹, con gran éxito y con un precio accesible que los productos anteriores y con una facilidad grandiosa de interconexión entre el operador y la máquina. Fue en esta computadora que se conoció el primer software de autoedición, que lo desarrolló *Aldus Corporation* con el nombre de *Aldus PageMaker 1.0*. Por aquel entonces la compañía *Adobe Systems* había participado en el desarrollo de un lenguaje denominado *PostScript* con el que se conseguía imprimir textos e imágenes de gran calidad en dispositivos de salida como las impresoras láser. (Austin y Doust, 2008 p. 34-35).

Después apareció Internet que no es una simple red de ordenadores, sino una red de redes, es decir, un conjunto de redes interconectadas a

escala mundial con la particularidad de que cada una de ella es independiente y autónoma (Ávila, 2010 p. 2).

Internet tenía una red, llamada *ARPANET*, fue el principio de la actual *Internet*. La interconexión se desencadenó veinticinco años después en una gigantesca red que tendría usos de lo más dispares y que llegó a ofrecer la base material para el desarrollo de una revolución tecnológica que ha sido contrastada a las revoluciones industriales.⁴

Se puede considerar que el nacimiento de Internet se produjo en el año 1983, cuando ARPANET se separó de la red militar en la cual tuvo su origen. Pero no es hasta 1991, cuando el CERN (*Conseil Européen pour la Recherche Nudéaire*, Consejo Europeo para la Investigación Nuclear) de Suiza lanza la *WWW (World Wide Web*, telaraña mundial) y empieza el espectacular desarrollo experimentado por la red de redes.

Dos años después nace la navegación al estar disponible el primer navegador web comercial, Mosaic, que permite el acceso a cualquier recurso disponible de Internet. (Ávila, 2010 p. 4).

En sus inicios el Internet no era en absoluto homogénea en la presentación de contenidos, y sobre ella se asentaban muchos protocolos diferentes que ofrecían servicios compartimentados. El responsable de la ***World Wide Web*** fue Tim Berners - Lee, un físico londinense que operó

⁴ “La tecnología de la información es a esta revolución lo que las nuevas fuentes de energía fueron a las sucesivas revoluciones industriales”, compara Manuel Castells (1999^a p. 57). El autor sostiene que esta revolución tuvo como epicentro Estados Unidos, más precisamente California, y se puede ubicar en la década del 70, atendiendo a los avances de dos décadas previas.

desde el centro de investigaciones de física de partículas llamado CERN, ubicado en un lugar paradisíaco sobre los Alpes suizos⁵.

Berners – Lee unió los inventos: hipertexto e Internet; posteriormente, desarrolló un localizador de información (la URL, *Uniform Resource Locator*), que es un protocolo que permite acceder a cada página (el HTTP, *Hypertext Transfer Protocol*) y un lenguaje hipertextual para navegar por los recursos de la Red (el HTML, *Hypertext Markup Language*, entre otros). Éstas fueron las bases para realizar una Red que sirvió para enlazar documentos a través del hipertexto, permitía que páginas introdujeran recursos multimedia e integraba todos los servicios preexistentes.

Los (*Newsgroups*) que eran los Tableros de Noticias, eran los espacios donde muchas personas interactuaban en base a un tema de interés común, el cual podía ser la política exterior estadounidense, o la afición por las pipas y los puros, o alguna preferencia sexual, política o religiosa muy concreta, cualquier tema en particular. La *Web* le dio toda la apertura a la información para su interconexión a nivel abierto, a nivel mundial, conocido como “el ciberespacio”, el mismo que se encuentra enlazado a través del hipertexto, que incorpora no sólo textos sino también otras morfologías de la información y puede ser consultado desde cualquier lugar en el mundo a través de un ordenador conectado, en cualquier tiempo.

La Red es una plataforma comunicativa cambiante y de rápido crecimiento, caótica y todavía imposible de escrutar para los buscadores, fragmentada en continentes y agrupamientos de nodos con intereses y cosmovisiones similares (*clusters* o racimos), dominada por un pequeño número de *hubs* (concentradores) que reúnen una gran cantidad de enlaces hipertextuales hacia otros sitios, y con un núcleo central que concentra la

⁵ En *Tejiendo la red*, Berners - Lee (2000) cuenta en detalle cómo fue todo el proceso de creación de la *Web*.

mayoría de las visitas de los usuarios y los enlaces de otros sitios (Piscitelli, 2005 p. 25).

Sobre esta plataforma fluctuante, asimétrica, caótica, aún difícil de dimensionar y en permanente expansión se asienta el Periódico Digital.

2.4 El periódico

Un periódico es un medio de comunicación que actúa como transmisor de ideas y noticias. Se denomina así por su “periodicidad” que se refiere al tiempo con el cual circula. Esta característica marca una diferencia fundamental con la revista, la cual está concebida para una mayor vida útil que el periódico porque esta tiene poca utilidad del diario del día anterior y la velocidad con la que surgen las noticias deja obsoleta a esta publicación en pocas horas. Al final del día queda un impreso que no despierta el más mínimo interés en los lectores, condenado en el mejor de los casos a ser archivado (Barrera, 2004 p. 43-44).

Para encontrar el primer antecedente, el periódico fue el primer medio de comunicación de masas en aparecer gracias a la invención de la imprenta de Johannes Gutenberg en el Renacimiento, cuando en la mayor parte de Europa las noticias manuscritas circulaban por grupos minoritarios de empresarios y cargos de poder. Su función es informar, persuadir, educar y entretener (Espejo, 1998).

Una vez desarrollada la imprenta, surgieron hojas impresas que se publicaban sin un calendario concreto, y en las que se desarrollaba una sola noticia que era tratada extensamente. No fue hasta 1609 que salió a la calle el que hoy se considera como el primer periódico de la historia de circulación regular, que con carácter semanal se imprimió en Estrasburgo con el nombre de *Die Relation*. Este tipo de gaceta semanal que se empezó a popularizar,

introdujo un contenido variado de noticias que se escribían con menor profundidad.

Ya a finales del siglo XVIII, fue cuando comenzó a aumentar de manera notable la demanda, trayendo una especialización con características técnicas diferentes a las de otros productos impresos (Barrera, 2004 p. 47-49).

2.5 El periódico digital: origen y evolución

Los periódicos electrónicos surgen en su fase inicial en 1993 y 1995, cuando un gran número de empresas estadounidenses, tomaron la decisión de aventurarse en la nueva plataforma de Internet y otras opciones digitales.

Para Albornoz no le sorprende el hecho de que Estados Unidos haya sido el país en donde nace la prensa en línea, puesto que es el país que cuenta con la infraestructura informática empresarial y doméstica más avanzada. El periódico digital, es un producto interactivo y multimedia. Se vale de diferentes recursos que lo vuelven, un medio multimedia como el texto, la imagen, el vídeo y el sonido. Además, está revolucionando los conceptos básicos del periodismo impreso. (Albornoz, 2007)

Luego de hacer un recorrido histórico sobre el diseño editorial y sus primeras impresiones, describiremos ahora los inicios del periodismo digital y cómo ha cambiado en su corta vida. Estudiaremos las etapas de este periodismo, el perfil de los periodistas que trabajan en los sitios de noticias y el surgimiento de medios más participativos como *weblogs* y *wikis*. Veremos también los orígenes del periodismo digital en Ecuador.

A continuación, se observará un cuadro comparativo de la publicación tradicional con la publicación digital:

Tabla 1: Características del Medio Impreso y Digital

CARACTERÍSTICAS DEL MEDIO		
	PUBLICACIÓN TRADICIONAL	PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA
Temporalidad y velocidad de distribución	El tiempo de imprenta es insalvable.	Puede publicarse inmediatamente (cuidado con la generación de errores debido a esto). Puede tocar temas de relevancia instantánea
Alcance	La distribución depende de medios físicos. Hasta donde llegue físicamente.	Hasta donde haya computadoras y conexión (no quita que pueda imprimirse).
Costos	La impresión puede ser cara hay relación entre los ejemplares y el costo	No presentan costos de impresión. Existen costos ocultos (servidores, conexión, etc.). Una vez publicadas, no hay diferencias en la cantidad de copias.
Resguardo legal	Claramente reglamentado.	Todavía el status legal está muy poco definido. Existen sistemas en prueba para evitar copia ilegal.
Lenguaje	Texto / Imágenes	Hipertexto y Comunicación hipermedial / Imágenes. Sonido / Video
Percepción actual de la información	Cada publicación tiene su lugar y credibilidad	El valor de cada una no es claro
Generación y edición	Pocas diferencias	Pocas diferencias. Mayores facilidades para la edición
Administración	Difícil por el volumen físico involucrado.	Mucho más práctico.
Publicación y distribución	No se requiere más que de la imprenta, pero la distribución está ligada al transporte físico.	No existe la imprenta, pero son necesarios servidores, conexión, etc.
Reutilización, repetición	Molesta o difícil	Grandes posibilidades de reprocesar la información.

Fuente: La integración de los procesos tradicionales y procesos digitales en publicaciones incrementa el impacto, el alcance y la comunicación de las mismas, p. 20

2.5.1 El Antecedentes del periodismo digital

El periodismo ha vivido una progresiva informatización en los últimos veinticinco años que ha tenido todos sus procesos y ha transformado la ecología de medios, las rutinas de producción y las formas de vincularse con sus audiencias. No es un fenómeno aislado: en realidad, las computadoras, en la medida en que se han ido transformando en medios de comunicación y

ya no sólo meros instrumentos de cálculo, se han implantado en todas las facetas de la vida, desde la empresa hasta el uso profesional y doméstico.

En el caso particular de los diarios, la tecnología ha aportado cambios no sólo cuantitativos en el proceso productivo sino también numerosas innovaciones cualitativas: la descentralización de las redacciones, la impresión de ediciones regionales vía satélite y la conversión de los servicios de documentación en poderosas bases de datos son tres de las modificaciones fundamentales.

Con la renovación tecnológica, el periodista asumió responsabilidades y funciones que antes no eran suyas: corrección y ajuste de textos, diagramación, acceso a banco de datos, etc. (Armañanzas, Díaz Noci y Meso, 1996).

También Armañanzas, Díaz Noci y Meso señalan que:

“Tras la informatización de la producción del periódico sobre papel, la prensa ha comenzado ahora a difundirse a través de redes telemáticas, pensando crear un nuevo modelo de periódico con personalidad propia. Es decir, incluyendo contenidos específicos para ese medio y aplicando una manera periodística de trabajar la información diferente”.

(Armañanzas, Díaz Noci y Meso, 1996).

Estos cambios tecnológicos prepararon al diario impreso para hacer el salto hacia el nuevo periódico digital a mediados de los 90 en forma prácticamente simultánea en casi todo el mundo, si lo comparamos con la velocidad de implantación de la radio o la televisión. De hecho, como explica Luis Albornoz *“del conjunto de las industrias culturales que utilizan la*

información como materia prima, es el sector de la prensa escrita el que, hasta el momento, ha alcanzado un mayor desarrollo y estandarización en la Red' (Albornoz, 2002 p.159).

Antes de esto, por mediados de los setenta, ya habían surgido otros medios que fueron en su momento antecesores del periódico digital: el videotex, el teletexto y el audiotexto.

Al **audiotexto** se le considera como uno de los sistemas telemáticos con menor grado de interactividad, toda vez que en muchos de ellos los usuarios no pueden responder la información o aportar o profundizar en ella. Por otra parte, no cuenta con la posibilidad de imprimirla o almacenarla. Entre los servicios que suministra el audiotexto están las transacciones bancarias, compra, pago, transferencia de dinero, periódicos y directorios electrónicos; carteleras de cine y de espectáculos públicos. A principios de los noventa, muchos periódicos ofrecían este servicio en Estados Unidos y en Argentina; en Europa apenas se usó. (Andrade y Camperos, 1996 p. 95).

El **teletexto** utilizaba parte de las seiscientos veinticinco líneas de que consta la imagen emitida por televisión, se puede transmitir un cierto número de páginas que posteriormente son seleccionadas por el usuario para su representación en la pantalla o su copia en una impresora. Surgió en Gran Bretaña por iniciativa de dos corporaciones radiodifusoras: la pública *BBC*. (creó *Ceefax* en 1973) y la privada *IBA* (que lanzó *Oracle* en 1974), (Zamora, 2002 p.70).

El **videotex** es más sofisticado: llega por medio de cables telefónicos a receptores de televisión adaptados (con decodificador y módem), o a monitores especiales o también a las computadoras personales. La diferencia con el teletexto, es de carácter bidireccional e interactivo, es decir permite al lector enviar mensajes simples al proveedor de información, así como también comunicarse con otros usuarios. Además puede proveer de

una cantidad infinita de páginas, dependiendo de la capacidad de depósito de la computadora del proveedor. Surgió también en Gran Bretaña a iniciativa de la *British Post Office*.

Por sus posibilidades interactivas, interesa detenerse en el videotex, este medio se intentó implantar en la mayoría de los países europeos, Japón, Canadá y Estados Unidos para que las empresas telefónicas, postales o editoriales – según el caso- obtuvieran una nueva fuente de recursos.

No obstante, el videotex fue un medio pionero en el uso de posibilidades interactivas de selección y comunicación a través de la pantalla. En los países que tuvo alguna inserción, fue un terreno de exploración y experimentación con nuevas modalidades interactivas que luego se aplicarían masivamente en el periodismo digital. De hecho, el videotex fue probablemente el medio que más contribuyó a crear y abonar la utilización del naciente concepto de interactividad que lo ampliaremos en el capítulo tres.

2.5.2 El periodismo digital en etapas

Dentro del transcurso de tiempo, se ha ido modificando el perfil predominante de los sitios de noticias, a medida que se han ido perfeccionando las herramientas tecnológicas y se han ido explorando las posibilidades retóricas del nuevo medio. Se puede mencionar tres etapas por la que ha pasado el periodismo digital:

1) Etapa de traslación. En esta etapa se lleva los contenidos sin apenas variaciones en lo que a la diagramación se refiere, desde un soporte tradicional como el papel, a uno tan diferente, como es el de la pantalla del ordenador.

Ante la inexistencia de precedentes no son de extrañar algunas de las impericias que se advierten en estos momentos: textos excesivamente largos que obligan a los lectores a utilizar de manera continua las barras de movimiento, desmesurado número de capas de texto hipervinculadas, escasos enlaces tanto a nuevas páginas como a diferentes párrafos del texto base. Con todo esto, podemos afirmar que en esta primera etapa en muchas ocasiones el tratamiento formal y los contenidos ofrecidos a los receptores suponen una mera réplica del periódico convencional, sin tenerse suficientemente en cuenta lo heterogéneo de ambos soportes.

2) Etapa de adaptación. En esta etapa el ciberperiódico gradualmente empieza a adquirir personalidad propia. Reflejándose en el tratamiento de los contenidos como en todo lo que tiene que ver con la parte formal del producto. Era una compleja comunidad internauta en esos años, los del cambio de sus pantallas de ordenador de 640x480 píxeles a 800x600 píxeles (lo que implicaba una nueva “ventana” desde la que contemplar los contenidos ciberperiodísticos), desde el punto de vista del diseño se inmiscuye en lo que para algunos estudiosos se asemeja a una especie de “Torre de Babel digital”, lo que hace que un autor como Tejeda escriba:

“¿Hay una sobrecarga de tipografía, una Babel de textos? Probablemente no se diseña ya sólo desde los mismos sitios de siempre. La era digital ha relanzado la experimentación morfológica tribal o individual, convirtiendo el diseño de letras en un interesante campo de batalla.” (Tejeda, 2006, p. 261).

3) Etapa de emancipación. Se da la extensión a amplios estratos de la sociedad de las pantallas con el nuevo estándar de resolución de 1.024x768 píxeles. Apuestas como la realizada en su momento por *The New York Times* o las que posteriormente llevaron a cabo en España *El Mundo*, *Marca* o *El País* responden a esta tendencia, si bien en ocasiones plantean

problemas de navegación a aquellos usuarios que todavía continúan empleando ordenadores con pantallas ajustadas al estándar de 800x600 píxeles.

Se percibe un asentamiento en el diseño de las publicaciones digitales y una profundización en sus niveles de calidad, sofisticación y adaptación al nuevo ciberentorno. Es resaltante subrayar que en esta tercera etapa se está produciendo en muchas ocasiones el fenómeno opuesto al que se observaba en la primera fase. El diseño web influye en la diagramación de muchas cabeceras del periódico en papel, en un intento de los empresarios de la información por adaptarse a la nueva fórmula de acceso a los conocimientos de esas nuevas generaciones, que han cambiado el estándar escrito por el audiovisual.

Dicha convergencia implica nuevas posibilidades para los profesionales del diseño en el sentido que expone López:

“El periódico de la era digital no sólo implica el uso de nuevas herramientas sino que supone el ejercicio de la actividad profesional en un nuevo escenario especialmente complejo, en el que los usuarios tienen un papel más activo, con nuevos horizontes que abre la interactividad, y el lenguaje multimedia obligan a una buena combinación del texto, el sonido y la imagen. (...). Los nuevos medios, que pueden actualizar constantemente la información, disponen de un lenguaje propio y de formatos propios en clave multimedia.” (López, 2004, p. 605)

2.6 Primeros diarios digitales en Ecuador

En Ecuador, el primer periódico de publicación diaria en “apostar” a la digitalización fue el conocido “Diario Hoy” el cual se ha publicado ininterrumpidamente desde 1982, pero no fue hasta 1994 que se convertiría en el primer periódico en línea de Ecuador y América del Sur, tal como afirma su sitio web: <http://www.hoy.com.ec/>.

En nuestro país, aproximadamente en el año mil novecientos noventa y cinco, lo que se pudo apreciar como medio digital o “cibermedio” fue lo que el Diario Hoy sacó su boletín informativo, esto hizo que muchos ecuatorianos que estaban en el extranjero pudieran informarse. El diario Hoy es considerado como el primer periódico sudamericano digital que salió en línea. Como en tiempos atrás, el Ecuador tuvo una emigración masiva a otros países, este diario con su proyecto innovador hizo que este se solidifique en el país, el boletín constituía en un resumen de noticias día a día.

Otro periódico inicial fue el Diario El Comercio, cuando se reflejó en una de sus páginas principales, texto escaneado enlazado con otros links que redirigían a otras secciones, para esa época (1996), andar en internet era algo muy novedoso. Posteriormente, para el años dos mil, este mismo diario incluyó menús de navegación y banners, ya contaba con ese servicio de titulares al correo. Para el dos mil uno, El Comercio incluyó en versión de internet denominado “lo último” e incorporó una sección especial para migrantes, que se trataba de la versión digital; de ahí, hubo una recesión de tres años en el no hubo innovación alguna, retomando en el año dos mil cinco con los interesantes audios y multimedia que dio a conocer. (CIESPAL, 2012)

En cambio, el Diario El Universo, según la página web alexa.com, es el diario que más visitas tiene. Este se incorporó en internet alrededor del

año mil novecientos noventa y siete; y, las redes sociales las incorporó en el dos mil ocho. (CIESPAL, 2012)

En el año mil novecientos noventa y ocho, decidió el Diario La Hora poner en el sitio, tablas, fotos en baja calidad y el logotipo como fondo. En su menú, en la parte lateral, tenía dividido para servicios, especiales, diversión y lectura, y, cada menú tenía sus submenús, lo que daba paso a una navegación básica. Adicional, contaba con enlaces para acceder a vínculos para ver las noticias por secciones, que se encontraban publicadas, lo que le hace facilitar al usuario, el acceso a la información específica. (CIESPAL, 2012)

En el dos mil siete, en cambio, los Diarios Expreso y Extra, tienen sus páginas web, expreso.ec y extra.ec, desde esa fecha. (CIESPAL, 2012)

Orihuela analizó en su charla la importancia de los medios digitales, como ellos están ganando audiencia, mientras los periódicos impresos la pierden. Los periódicos impresos deben innovar, intentar cosas nuevas, no competir con la inmediatez de la televisión o del Internet, así el público los seguirá adquiriendo. Las personas que pueden tener acceso a internet, utilizan medios digitales cada vez más actualizados. Si oímos las radios nacionales al momento de leer los titulares, mencionan también los titulares de medios digitales como Ecuador Inmediato, es decir, le hacen publicidad o propaganda a la forma digital o noticias de las versiones digitales de periódicos internacionales como el País e inclusive mencionan a los medios digitales como única fuente para emitir una opinión sobre un tema determinado. (Orihuela, 2009).

2.7 Directrices innovadoras del Ciberdiseño

Se presenta las directrices innovadoras por las que debe pasar el ciberdiseño del periodismo, tales como: 1.- Identificar el objetivo del lugar

(informar). 2.- Proyectar de forma gráfica lo que navega, a través de la web. 3.- Dar uso al contraste. 4.- Elaborar de forma clara, eliminando el obstáculo auditivo, que proviene de las animaciones. 5.- Resguardar el uso del sitio, pues éste, será visitado por millones de cibernautas, siempre buscando. 6.- Conocer el seguimiento, por medio de los índices de visitas, graficadas en las estadísticas, para evaluar su nivel de éxito o fracaso. Identificar desde dónde realizan las visitas, ya que éstas pueden provenir del hogar, de su trabajo, o si la navegación procede de una red de telefonía básica, si utilizan ADSL o RDSI y así presentar opciones que se acomoden al porte de las pantallas y de sus respectivas velocidades de la conexión. 7.- Emplear un organigrama de jerarquías que se basen en las fortalezas de la web. 8.- Formar un libro de estilo; y, 9.- implementar tanto la vinculación visual y de interacción entre el medio de origen y su edición en la Red. (Salaverría, 2005, p. 190).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de investigación

En el presente estudio, se realiza una investigación cualitativa; en la cual se llevan a cabo dos tipos de entrevistas; una dirigida a expertos en el tema Diseño Editorial Digital del área de tecnología del Diario El Telégrafo y la segunda a usuarios de acuerdo a su mercado objetivo, para determinar los problemas, ventajas y desventajas, puntos de vista estéticos y técnicos e interactividad del diseño editorial digital en el Diario El Telégrafo.

3.2 Tamaño de la población

Se constituye de la siguiente manera:

- a) La primera entrevista fue realizada a tres expertos en el tema del diseño editorial digital dentro del área de tecnología del Diario El Telégrafo. Mediante la cual se permite analizar puntos técnicos de usabilidad, interactividad, plataforma y diseño de editorial.

- b) La segunda entrevista fue realizada a ocho usuarios de la aplicación del Diario; personas profesionales y no profesionales en diversos campos, para determinar factores estéticos de diseño, diagramación, interactividad y multimedia.

3.3 Muestra no probalística

La muestra tomada de la entidad para este caso de estudio, en referencia a la usabilidad, diseño, interactividad y multimedia, destaca por tres expertos en el área de Diseño Editorial Digital y una muestra

representativa de nuestro mercado objetivo de los usuarios actuales de la aplicación por medio de sus comentarios, la cual constan de: Un Abogado que busca información veraz, política e informativa, una Psicóloga que este constantemente actualizada de estudios investigativos, un Diseñador Gráfico que concibe, produce y gestiona proyectos de comunicación visual, un Publicista que explore las nuevas tendencias del mercado publicitario, una ama de casa que busque estar al día con los acontecimientos nacionales e internacionales, un Estudiante que indaga y promueve su espíritu investigativo a través de la observación, la exploración, un Arquitecto que busca expresar y trasladar lo imaginado a un papel (planos, apuntes, perspectivas, etc.) y finalmente un Economista que investiga las necesidades vitales, los recursos económicos su procesamiento y las demandas sociales.

3.4 Procedimiento

- a) La entrevista de profundidad realizada a expertos en el área de Diseño Editorial Digital, consta de nueve preguntas abiertas. (Ver anexo 1), las cuales permitieron analizar y determinar el futuro del diseño editorial digital en Guayaquil y en el Diario El Telégrafo, además de las herramientas utilizadas para su difusión en las diferentes plataformas digitales. A continuación detallamos el resumen y los datos más relevantes obtenidos:

Entrevista uno: Fue realizada al Ing. Vittorio Dormi (Jefe y Webmaster en Diario El Telégrafo), desde su punto de vista el periodismo impreso nunca va a morir, pero llegara un punto en que todo será digital como el caso del Diario Hoy, que ahora toda su presentación editorial e informativa es solo digital como su página web, redes sociales y aplicación. Teniendo en cuenta que existen diferencias de su diseño editorial digital e impreso entre ella nos menciona que el diario impreso es más ordenado,

trabajando bajo parámetros, en la web hay ese orden, existe como debates entre los temas y secciones, pero ambos con el mismo objetivo de comunicar. Para la ciudad de Guayaquil la mayoría de diarios están desarrollando su página web o renovándolas, así como el uso de las redes sociales que se llega a una amplia cantidad de gente, por lo que genera mucho tráfico. Para la aplicación en sus dispositivos móviles las características más relevantes tenemos la interactividad, porque el usuario de la aplicación le gusta estar tocando y ver algo novedoso y atractivo en cuanto al diseño. Para lograr todo el diseño usamos las herramientas del software Adobe, como Photoshop para edición de fotos e Illustrator para la realización de infografías (Ver anexo 2).

Entrevista dos: Realizada a la Ing. Brenda Moscoso (Gerente Área de tecnología en Diario El Telégrafo), ella nos asegura que la prensa escrita siempre permanecerá en el mercado. Sus diferencias con las versiones digitales en cuanto al diseño editorial en nuestro caso poseemos una organización para versión impresa, cada periodista tiene su espacio asignado y fijo para colocar sus noticias, mientras que en la web es el medio donde estas actualizado constantemente, minuto a minuto, las 24 horas del día, ambas teniendo un objetivo específico de comunicar noticias con valores de credibilidad, contenido y proximidad. Otros diarios en nuestro medio principalmente en la ciudad de Guayaquil, con las nuevas tecnologías informáticas y de internet, mínimo tienen en su versión digital su página web o aplicación, porque buscan también estar a la vanguardia digital. Las redes sociales es el medio de difusión más poderoso, abarca todo el mercado y la noticia llega inmediatamente. En la Aplicación de un diario sobre todo en nuestro caso estamos buscando siempre mostrar un contenido más interactivo junto a

un buen diseño y contenido que brinda el diario. Para las suscripciones El diario no cobrará, todo será gratis. Dentro de la página web lo importante en el diseño editorial es que las secciones estén bien distribuidas, para que el usuario tenga una fácil navegación e identificación de las noticias, con sus enlaces y contenido multimedia, junto a las herramientas del software de Adobe, que usa el Área de tecnología, diseñadores y periodistas web con las que se logra tener buenas imágenes, videos, infografías y animaciones (Ver anexo 3).

Entrevista tres: Realizada al Ing. Ángel Franco (Desarrollo de Aplicaciones Web en Diario El Telégrafo), nos menciona que el periodismo impreso al menos dentro del diario no va a desaparecer, se mantendrán las versiones impresas y digitales junto a los medios tradicionales. Dentro de las diferencias de diseño editorial digital e impreso, el impreso tiene parámetros establecidos, desde las reuniones con los jefes editores y el director hasta su tiraje final en la imprenta, en las plataformas digitales como la página web, redes sociales y la aplicación la actualización de noticias son en vivo y constantes, ambas versiones con objetivos de informar a la audiencia. En la ciudad de Guayaquil la situación de los diarios digitales es estar en internet, esta herramienta es la plataforma más grande y amplia que existe. En la Aplicación aparte de utilizar esta herramienta del internet como soporte, lo más destacado por su funcionalidad es que tenga dinamismo e interactividad, de lo contrario la Aplicación no funcionaría para finalmente ampliar la audiencia el diario sin cobrar su contenido o suscripciones (Ver anexo 4).

Resultado entrevista expertos diseño editorial

Finalizada estas entrevistas se pudo conocer datos imprescindibles para este estudio, el diario impreso no dejará de existir, esta versión dentro del diario se mantendrá, así nos encontremos en un mundo tecnológico y digital. Este medio impreso cuenta con un mejor orden, usa manuales de estilos y tiene como objetivo principal junto a la versión digital la de informar a la audiencia. Gracias a la plataforma de internet el tráfico de su página web, redes sociales y Aplicación en los dispositivos móviles es muy amplio, utilizando recursos como la interactividad, diagramación, diseño y buen contenido.

- b) La entrevista a usuarios de la aplicación del diario, consto de 5 preguntas abiertas, las cuales nos permitieron analizar las preferencias del lector en cuanto a diseño, diagramación, interactividad y contenido multimedia (Ver anexo 5).

Concluyendo en base a las respuestas que constan en el anexo 6.

Resultado entrevista a usuarios de la aplicación del diario

Los usuarios destacan mucho su diseño, diagramación y contenido, pero también ciertos detalles que se pueden mejorar, tal es el caso de no utilizar fondos grises oscuros y en el menú los botones hacerlos más claros porque muchos no aprecian esto. Del contenido multimedia a muchos les agradaba la calidad de las imágenes y lo del video varía dependiendo de la conexión de internet por medio de la red social Youtube que este botón se encuentra ligado. El tiempo de difusión de las noticias es constante pero su descarga del periódico es demorado. Finalmente muchos concuerdan que se puede mantener muchas cosas y mejorar otras tal es el caso de la interactividad.

3.5 Resultados obtenidos

Para empezar, uno de los mayores problemas del medio impreso es que la gran mayoría es noticia vieja nos dicen los expertos. En el tiempo que transcurre mientras se escribe un artículo hasta que es publicado y leído por los lectores, esa misma noticia ya habrá sido cubierta por varios medios online. La inmediatez de Internet es precisamente su mejor arma.

La comodidad es otro de los mayores atributos de la Red. Con una conexión a Internet tienes todo el contenido a tu alcance, en cualquier lugar y en cualquier momento. Ya no tenemos que esperar a que la información llegue a nosotros. Nosotros buscamos la información que queremos. También encontramos rentabilidad, la tinta y el papel es más costoso que el píxel de la pantalla. Además, si un artículo requiere una actualización, todo se puede hacer en cuestión de segundos, sin ningún gasto adicional. No se puede decir lo mismo de la impresión.

Aunque los medios impresos también tienen sus ventajas. Para los diseñadores de impresión, la naturaleza táctil en el diario puede servir como una fuente de inspiración en sí misma, más allá del contenido.

En una industria donde la mayor parte de nuestro éxito se basa en la estética final; el acabado, diagramación, interactividad, cromática y la tipografía son características esenciales que nos permiten dar una buena imagen de presentación en todas las plataformas que se difunden las noticias.

Los comentarios de los usuarios de la aplicación han demostrado su agrado y aceptación en el aspecto calidez de contenido que muestra el Diario El Telégrafo y de diseño, en este caso de la aplicación que este se encuentra aún evolucionando y con ello lograr una mejor presentación de editorial digital.

CAPÍTULO IV

INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DEL DISEÑO EDITORIAL IMPRESO Y DIGITAL EN EL DIARIO EL TELÉGRAFO.

Antes de comenzar el desarrollo de este capítulo, se narrará una breve historia acerca de este diario. Diario El Telégrafo fue fundado el 16 de febrero de 1884 por Juan Murillo Miró, en la ciudad de Guayaquil. Es un diario de propiedad del Gobierno del Ecuador por lo que su administración es estatal.

En la actualidad, es miembro de la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos (AEDEP), de la Sociedad Interamericana de Prensa, WAN.

Cuenta con las secciones Información General, Política, Macroeconomía, Quito Metropolitano, Guayaquil Metrópolis, Judicial, Cultura, Editoriales, Sociedad, País, Deportes llamado Fanáticos, Mundo, Ciencia y Tecnología, Entretenimiento, los lunes el de economía masQmenos y los domingos publica el suplemento cultural cartoNPiedra, y su Revista de7en7.

Diario El Telégrafo se ha convertido en uno de los diarios más grandes, más antiguos de existencia en actividad y más leídos en Ecuador, Decano de la Prensa Nacional, primer diario público del Ecuador, primer diario estatal del Ecuador y segundo diario de la prensa ecuatoriana.

Dentro de este capítulo se analizara la transición del medio impreso a todas sus plataformas digitales (internet). También se estudiara las tendencias de diseño que actualmente usa el Diario en su estructura de diseño editorial digital, características, difusiones, multimedia e interactividad.

4.1 Objetivos comunicaciones

4.1.1 Audiencia

El mercado del diario es Clase Media – Clase Media Alta, el lector es de 18 a 60 años. Es una persona culta, que busca bastante información como literatura, tecnología, deportes, etcétera. Sus valores agregados poseen libros de Literatura que inserta la judicatura, posee editoriales bien elaborados con temas de interés e investigación nacional e internacional.

4.1.2 Plataforma

Dentro del plan de medios los soportes que el Diario utiliza para su presentación de noticias o avisos publicitarios son:

Televisión: “Redactar noticias para la televisión no es exactamente igual que redactar para la prensa escrita” nos dice Giselle Hidalgo (2013).

La televisión es un medio oral, de imágenes en movimiento y, por lo tanto, los textos con que el periodista llena su información tienen que aprovechar las características de la lengua oral que durante siglos y siglos se han demostrado eficaces para la comunicación. El lenguaje televisivo exige abandonar hábitos propios del periodismo escrito (Gimeno, G. Berrocal, J.A.J. Peralta, M. p. 9, 2008).

Prensa escrita: Es el medio de difusión informativo de noticias principal del diario. Su tiraje impreso diario es de 26.000 ejemplares aproximadamente, y que se ha ido incrementando con el transcurso de los años a nivel nacional. Es el medio impreso que distribuye con rapidez en diversos puntos de venta a un valor de \$0,50 de lunes a viernes y de \$0,75 los sábados y domingos.

La planta donde se realiza la impresión, está equipada con maquinaria de última generación y tecnología de punta. Con su impresora rotativa KBA KOENING, puede imprimir hasta 2'000,000 de ejemplares al día, abarcando los tirajes del Diario El Telégrafo, Diario Pepe El Verdadero y libros de otras empresas.

Su impresión se destaca por utilizar técnicas fotomecánicas que han logrado producir materiales más económicos; la producción nacional de las láminas para offset dio por resultado la disminución de costos, además de los grandes volúmenes de producción, el costo por ejemplar resulta bastante bajo. Todo esto hace posible que los periódicos lleguen al lector a un precio accesible.

El Telégrafo en 2012 fue reconocido por la Asociación Mundial de Periódicos y Editores de Noticias (WAN-IFRA), por su óptima calidad de impresión y lo incluyó en un selecto grupo de medios impresos.



Figura 1. Edición impresa Diario El Telégrafo

Fuente: Ecuador al día. Recuperado de <http://www.ecuadoraldia.com.ec/blog/2014/08/06/equipo-periodistico-de-el-telegrafo-fue-agredido-y-amenazado-en-cobertura/>

Radio: es utilizado para las narraciones verbales de publicidad o espacios informativos del diario en un tiempo estándar de 30 segundos para su difusión a la audiencia.

Ordenador/Smartphone/Tablet: Su presentación digital de noticias es difundida por medio de la plataforma internet, usando redes sociales y su aplicación móvil que tuvo su lanzamiento en marzo de 2014.

Como en el capítulo dos hablamos del internet, esta plataforma es muy esencial al momento de transmitir o difundir noticias en tiempo real, en cualquier momento y día. Mediante la página web www.eltelgrafo.com.ec el diario logra llegar a escalas mundiales, siendo estas visualizadas desde un ordenador, Smartphone o Tablet.

Ahora toda la información encuéntrala en sus dispositivos móviles

- Galerías multimedia con fotos, videos y audio.
- Contenido informativo y dinámico.
- Vínculos a sitios relativos a las noticias.
- Actualización en tiempo real de noticias y Twitter.

Descargue **gratis** nuestra aplicación

EL TELÉGRAFO
DIARIO DE LA PRIMA NACIONAL, FUNDADO EN 1964

Figura 2. Volante aplicación para dispositivos móviles

Fuente: Página oficial de la red social Facebook

4.2 Análisis de diseño editorial impreso

4.2.1 Estilos

4.2.1.1 Cromática

Basado en su Identidad Gráfica del diario, el periódico se compone por los siguientes colores:

Negro: Ocupa su mayor parte en el diario, aplicada en los títulos de secciones principales y secundarias, y de los textos y párrafos que los contienen. Ver anexo

Cian: Es utilizado en algunos titulares de ciertas secciones del periódico y también para identificar enlaces de internet como la dirección web del diario en la portada parte superior izquierda.

Naranja: Este color identifica dentro del cuerpo la categoría en la que nos encontramos, ubicada en la parte superior izquierda.

Otros: Colores extras como grises para resaltar secciones dentro de las columnas, magenta que identifica la sección de “Cultura” y turquesa que representa la sección de “fanáticos”.

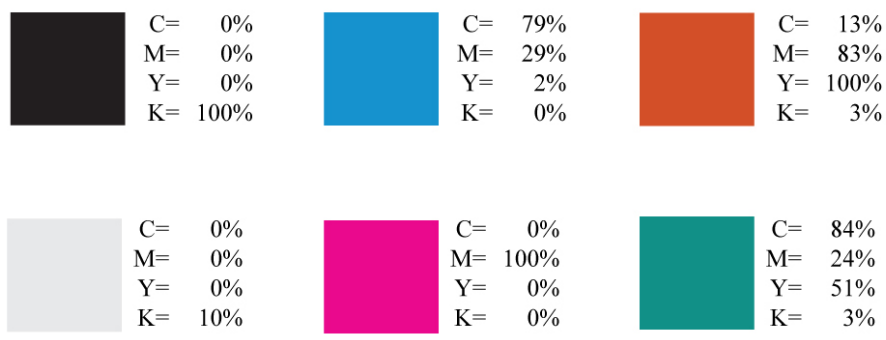


Figura 3. Valores cromáticos CMYK edición impresa

Fuente: Elaboración propia

4.2.1.2 Tipografía

El diario utiliza 2 familias tipográficas: *MLN Ibis* y *MLN Taz*. Estas son aplicadas en todo el contenido del periódico, desde los títulos principales con un tamaño de 80 puntos, secundarios de 16 puntos a 30 puntos. Los tamaños menores son los de pie de página y gráficos con 8.5 puntos. Son tipografías Sans Serif.

Inversión en redes eléctricas suma ya \$ 6.118 millones

El vicepresidente Jorge Glas aclaró que el Gobierno está empeñado en mejorar el servicio de energía del país. El 80% de las fallas en la transmisión es de carácter transitorio. »



Figura 4. Familia tipográfica edición impresa

Fuente: Edición impresa PDF de Diario El Telégrafo. Recuperado de <http://www.telegrafo.com.ec/>

4.2.2 Preferencias del lector: Diagramación

El diario está compuesto por cuatro cuerpos, dentro de estas se pueden apreciar las diferentes categorías como Política, Economía, Guayaquil, Quito, Actualidad, Sociedad, Opinión, Mundo, Fanáticos, Cultura y Empleos. Los domingos cuenta de cinco cuerpos por su revista.

Dentro de su porta en su cabecera tenemos con principal elemento su logotipo que ocupa todo el ancho, en la parte superior tenemos los breves resúmenes de las noticias principales, fechas, enlaces de internet, y redes sociales.

Su diagramación base es de cinco columnas, en los titulares principales de las secciones cuentan con una imagen que ocupa cuatro columnas, destacándose con un titular corto, directo y llamativo para el lector.

Para sus secciones secundarias su imagen y sus titulares ocupan tres columnas, y las columnas a los bordas con temas de interés.

4.2.3 Textos

Los textos utilizados en el periódico se basan en tres características principales que son:

- Titulares atractivos y comprensibles
- Párrafos cortos
- Lenguaje sencillo y claro

Con estas caracterizas el diario busca que la noticia sea llamativa y a su vez comprendida por el lector, para los periodistas es un factor importante la correcta redacción de todo el contenido del periódico.

4.3 Análisis de diseño: Composición de elementos sitio web

Dentro de este tema veremos las diferencias y semejanzas que posee el diario de su versión impresa ya analizada a la versión digital.

4.3.1 Estilos

Su página web actual fue creada en el año 2009, esta ha ido evolucionando poco y a continuación analizaremos los siguientes puntos:

4.3.1.1 Cromática

Su línea grafica en su sitio web es muy minimalista, manteniendo al igual que su versión impresa sus tres colores principales y otros que a continuación explicamos:

Negro: Aplicado en casi todos los titulares principales y secundarios del sitio, también sus párrafos de textos y pie de fotos.

Dentro del menú de navegación este color cumple de la función de mostrar el menú oculto y nos muestra los textos contrastados por el color blanco.

Utilizado para los cambios interactivos de enlaces hacia otras páginas acompañados de subrayados.

Finalmente en su pie de página con los datos de las direcciones y números de contactos del diario.

Cian: Es utilizado los títulos de las últimas noticias y también para los enlaces de las mismas. Dentro de la página es aplicado para indicar la fecha de la noticia. Finalmente en la cabecera es aplicado menú principal de navegación y un menú secundario de datos e información del diario.

Otros: Utiliza grises al igual que en su versión impresa para destacar ciertas columnas de noticias en este caso en su página principal para la sección de ultimas noticias, acompañadas de un color rojo que nos muestra la hora de publicación de la noticia, su código hexadecimal en el sitio es #ff0000.



Figura 5. Valores cromáticos hexadecimal edición web

Fuente: Elaboración propia

4.3.1.2 Tipografía

Aquí nos encontramos con una gran diferencia de estilo a la versión impresa, en la web se utiliza 2 familias tipográficas. *Georgia* y *Arial*.

- 1) **Georgia** es aplicada para los titulares de las secciones principales, secundarias y de las últimas noticias. Sus tamaños son los siguientes:
 - Titulares principales: 44 pixeles
 - Titulares secundarios: 20 pixeles
 - Titulares ultimas noticias: 15 pixeles

- 2) **Arial** es aplicada en los párrafos de textos, descripciones de foto, enlaces, menú de navegación, fecha, hora y categoría. Su tamaño es de 12 pixeles.

PRESIDENTES SUDAMERICANOS EXALTARON TRAYECTORIA DEL COLOMBIANO

Un colombiano tendrá el reto de acelerar la integración sudamericana

Ernesto Samper asumirá la Secretaría General de Unasur en agosto, durante una cumbre del bloque, en Montevideo. Él trabajará en Quito, donde se construyen las nuevas oficinas.



El expresidente colombiano, Ernesto Samper, gobernó su país durante el periodo 1994 - 1998.

Redacción y Agencia EFE

El presidente de Ecuador, Rafael Correa, anunció que los 12 países de la Unión de Naciones del Sur (Unasur) habían llegado a un consenso sobre el nuevo secretario general del bloque. No quiso revelar su identidad, pero dejó claro que era un expresidente.

Dos días después el gobernante colombiano, Juan Manuel Santos, reveló que el funcionario será uno de sus antecesores: Ernesto Samper. A él le tocará reactivar el proceso integracionista, que Correa

considera se ha desacelerado por "mala suerte" y la coyuntura política.

Figura 6. Familia tipográfica edición web (El Telégrafo, 2014)

Fuente: Edición web de Diario El Telégrafo. Recuperado de <http://www.telegrafo.com.ec/>

4.3.2 Multimedia

Se refiere al uso de la mezcla de medios (texto, imágenes, video, audio y animación) para presentar en el caso del diario una noticia. A continuación describiremos las que el diario posee:

- 1) **Imágenes:** las imágenes utilizadas tanto para su versión impresa como para la digital son las mismas; especialmente las de portada. Estas fotografías pasan por un proceso de retoque y de selección. Su formato en la web es JPG y PNG.

Su formato en las secciones es:

- Principales: 635 pixeles de ancho x 300 pixeles de alto.
- Secundaria: 380 pixeles de ancho x 252 pixeles de alto.
- Ultimas noticias: 210 pixeles de ancho x 154 pixeles de alto.

2) **Video:** Dentro del sitio existe una pestaña llamada “portafolio”, en la que consta de todo el contenido de videos y ciertas animaciones.

Los videos son subidos a la red social YouTube, y son enlazados a la página web para su visualización.

MULTIMEDIA


 <p>Agenda de eventos por la Fundación de Guayaquil</p> <p>18 JUL 2014</p>	 <p>Lo mejor en imágenes del Mundial Brasil 2014</p> <p>13 JUL 2014</p>	 <p>Por el desempate</p> <p>09 JUL 2014</p>
 <p>Adiós al primer ídolo del fútbol</p> <p>08 JUL 2014</p>	 <p>Hombres se apropian de los tacones</p> <p>09:37 27 JUN 2014</p>	 <p>Audiencia por presunta trata de personas hindúes se postergó para mañana</p> <p>13:14 23 JUN 2014</p>
 <p>La transición española</p> <p>18 JUN 2014</p>	 <p>Apoyo a la selección nacional en partido frente a Suiza (VIDEO)</p> <p>16 JUN 2014</p>	 <p>Samba y fútbol en Guayaquil (VIDEO)</p> <p>24:34 12 JUN 2014</p>

Figura 7. Contenido multimedia edición web

Fuente: Edición web de Diario El Telégrafo. Recuperado de <http://www.telegrafo.com.ec/>

4.3.3 Textos

Aquí contamos con las mismas características de la versión impresa del diario. Su única diferencia radica en los textos previo a lo noticia total, estas cuenta con un patrón de llegar a un máximo de cuatro líneas, con el fin de mantener una simetría de diagramación en los textos.

4.3.4 Hipertextualidad

Permite que el usuario tenga cierta libertad para construir sus propios itinerarios de búsqueda de información. Es la posibilidad de vincular nodos de información a través de hipervínculos. La hipertextualidad facilita (o dificulta, si no está bien estructurada) el viaje a través de los datos. Afirmaría que es el antónimo de linealidad, y constituye una de las grandes diferencias con respecto a los medios tradicionales contamos (Hung, 2010, p. 219).

Dentro del sitio web se generan aproximadamente 130 enlaces de noticias diarios nos indica el Ing. Vittorio Dormi (Jefe y Webmaster en Diario El Telégrafo).

4.3.5 Preferencias del lector: Diagramación

En la web existe diferencia dentro de la jerarquía de la información y diagramación que su versión impresa.

Tenemos las zonas de atención que son:

- La central
- Lateral Izquierdo
- El derecho
- La cabecera y el pie de pagina

Y dentro de su jerarquía visual tenemos los siguientes puntos:

- Su contenido principal como noticias importantes o titulares en las zonas de mayor importancia (usuarios captan frases – palabras).
- Destacan los títulos y subtítulos aumentando el tamaño de la tipografía.
- Enfatiza los textos importantes con negritas o utilizando colores
- Distribuir adecuadamente los espacios entre títulos, subtítulos y textos, así como entre párrafos.
- Agrupar elementos informativos relacionados entre sí.

Al abrir el sitio lo primero que se destaca es su noticia titular ubicada en la zona central, acompaña de una imagen y títulos llamativos.



Figura 8. Diagramación web (El Telégrafo, 2014)

Fuente: Edición web de Diario El Telégrafo. Recuperado de <http://www.telegrafo.com.ec/>

4.4 Análisis de diseño medio digital: Aplicación para dispositivos móviles (Tablet y Smartphone)

4.4.1 Estilos

4.4.1.1 Cromática

Manteniendo su línea grafica especialmente digital, consta de los mismos colores aplicados en su página web, estos son:

Negro: Dentro de la sección “Noticias”, es utilizado en los titulares y textos de párrafo de la noticia que se presenta.

Cian: Es el color que posee un mayor porcentaje de aplicación, empezando desde su fondo al abrir la aplicación.

Luego en su barra superior de menú donde se encuentra su logotipo y el icono del menú oculto. Y finalmente para la selección de una sección

Otros: Utiliza grises y blanco para contrastes.

4.4.1.2 Tipografía

La familia utilizada es “Arial”, que es aplicada en el menú, enlaces de internet y títulos de las categorías del Diario El Telégrafo en su quiosco. Su tamaño para aplicado en lo mencionado es de 12 pixeles y para los textos de los breves párrafos introductorios a la noticia es de 10 pixeles.

4.4.2 Multimedia

Para esta plataforma, la aplicación presenta sus noticias de la forma en la que se ve en la versión impresa, esto es el periódico físico pero en un

PDF Interactivo⁶. Dentro de este se encuentran las fotografías de las noticias y en algunos casos dependiendo del tema cuentan con más fotografías y videos.

Dentro del menú esta el botón de “Canal YouTube”, este se encuentra enlazado a la a su red social YouTube, el usuario vera todo el contenido de videos que el diario sube constantemente dentro de su perfil de la misma.

4.3.3 Hipertextualidad

La mayor parte de enlaces se encuentra en la sección “Momento Noticioso”, aquí constantemente se muestras las ultimas noticias, su hora de difusión y estas al abrirlas nos llevara a su página web del diario para poder visualizarlas.

Dentro del PDF Interactivo⁶, estos enlaces se encuentran en algunas noticias, por lo general aplicadas a las que contienen una amplia información.

4.3.4 Preferencias del lector: Diagramación

Para el Ing. Vittorio Dormi (Jefe y Webmaster en Diario El Telégrafo), el usuario de un dispositivo móvil en este caso una Tablet, es aquel que busca algo novedoso, llamativo y sobretodo muy interactivo; le gusta le gusta mucho la exploración táctil y contenido multimedia.

Como lo mencionamos, esta Aplicación posee un PFD Interactivo, este diseño editorial digital nos muestra la versión impresa a modo de

⁶ **Un PDF Interactivo** formato de documento portátil) es un formato de almacenamiento de documentos digitales independiente de plataformas de software o hardware. Este formato es de tipo compuesto (imagen vectorial, mapa de bits y texto). Puede contener cualquier combinación de texto, elementos multimedia como vídeos o sonido, elementos de hipertexto como vínculos y marcadores, enlaces y miniaturas de páginas. (Adobe, 2014).

enlaces y contenido multimedia; pero con ciertas limitaciones debido a que aún se encuentra en desarrollo.



Figura 9. Presentación PDF en la aplicación móvil

Fuente: Aplicación móvil Diario El Telégrafo

El diseño desde el momento de abrirlo nos presenta un quiosco, donde están todas las categorías que el diario posee, estas son : El Telégrafo, Cartón Piedra, másQnos, de7en7, Especiales, Inmoteca, Veoveo, y la guía de usuario.

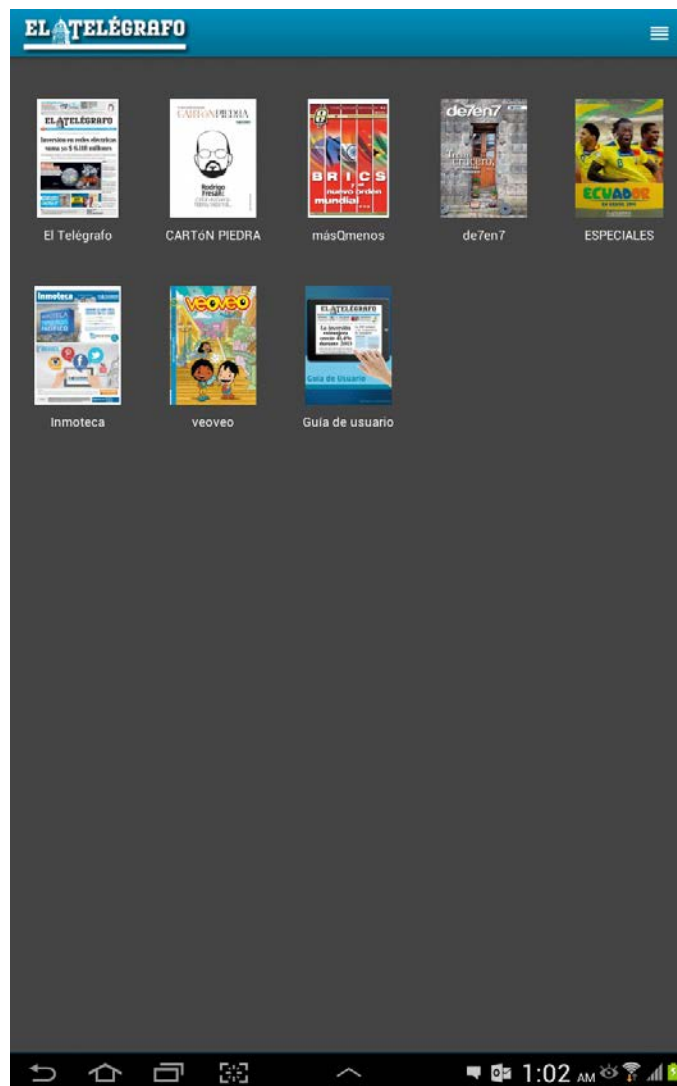


Figura 10. Diagramación de aplicación

Fuente: Aplicación móvil Diario El Telégrafo

Nos presenta en su parte superior su logotipo ubicado a la izquierda y su menú oculto a la derecha, en la cual están los botones de:

- **Mi carpeta:** Es espacio donde se almacenan los PDF Interactivos que el usuario se descarga del quiosco.
- **Preferencias:** Son las configuración de la Aplicación.
- **Refrescar:** Sirve para actualizar las noticias.
- **Acerca de:** Nos muestra la información de la Aplicación en lo que es su desarrollo, versión, y derechos reservados.

- **Noticias:** Se encuentra la sección “Momento Noticioso”, que consta de las noticias enlazadas con la página web del diario.
- **Canal YouTube:** Sección interactiva enlazada a la red social YouTube, mostrándonos todos los videos de su canal en dicha red.



Figura 11. Menú oculto (El Telégrafo, 2014)

Fuente: Aplicación móvil Diario El Telégrafo

4.5 Análisis de estructura y procesos del departamento de Internet

Dentro de este departamento y con la ayuda del Área de Tecnología, es con la que se logra la transición del medio impreso a las plataformas digitales.

Para esto el departamento de Internet cuenta con los siguientes objetivos:

Objetivos Internos:

- Crear más flujo informativo
- Comodidad para trabajar
- Mayor cobertura de las secciones importantes
- Apoyo personal para atender proyector a corto y largo plazo

Objetivos Externos:

- Fomentar más visitas a la web
- Crear interés en el usuario con impacto informativo
- Ofrecer mejor experiencia interactiva para fomentar su estadía
- Proveer atención al cliente de servicios informativos y de la empresa
- Generar debates

Está compuesto por un personal altamente capacitado y muy profesional, encabezado por un Editor que dirige desarrollos de web y redes sociales, gestiona procesos y proyectos. Cuenta con cuatro redactores de noticias con diferentes horarios de desarrollo, dos personas encargadas de las redes sociales, dos webmasters uno encargado de la programación y otro de subir el diario impreso y finalmente el diseñador web.



Figura 12. Estructura sala web

Fuente: Elaboración propia

4.5.1 Reunión editores video conferencia

Este proceso inicia a las 9:00 am, se reúnen los editores de cada categoría, junto al director del diario que generalmente se encuentra en la ciudad de Quito y se realiza una videoconferencia con el grupo de allá.

Los temas a tratar aquí son principalmente de la edición del día siguiente diario, ¿qué noticias van?, ¿cuáles son los titulares más destacados?, clasificados entre otros y en ultimo plano esta la portada porque es la sección más compleja de debatir y por ende en la imprenta es la última en imprimirse.

En el departamento de internet, el grupo de redacción web ve por medio de un televisor, la sala de reuniones para que también tengan el conocimiento y noticias que serán difundidas. Aquí los operadores de

internet consultan temas como encuestas, cuáles serán los especiales, los Hashtag para las redes sociales, cuál será el diseño y finalmente la programación.

Dentro del desarrollo de la noticia, esta tiene diferentes características para cada plataforma digital que detallamos a continuación:

- **En la web:** Existe una persona encargada para la redacción del tema, se implementan herramientas de funcionalidad que son las de videos, enlaces, fotos, animaciones y más. Se realiza la constante revisión y corrección de algún error y finalmente se procede a la actualización de la noticia en subirla a la web
- **En las redes sociales:** Se elaboran oraciones con enlaces para la página web, se hacen propuestas de ideas sobre hashtags y de preguntas para crear reacciones.
- **En las imágenes:** se procede a la selección de fotografías con una organización secuencial de las mismas y publicación de foto reportajes.
- **En los videos:** Propuesta de tema a desarrollar, selección de entrevistado, coordinación de cobertura, guion de presentación del videos y edición del video.

Una vez todo revisado y aprobado por el editor web, las noticias son difundidas en todas sus plataformas digitales correspondiente.

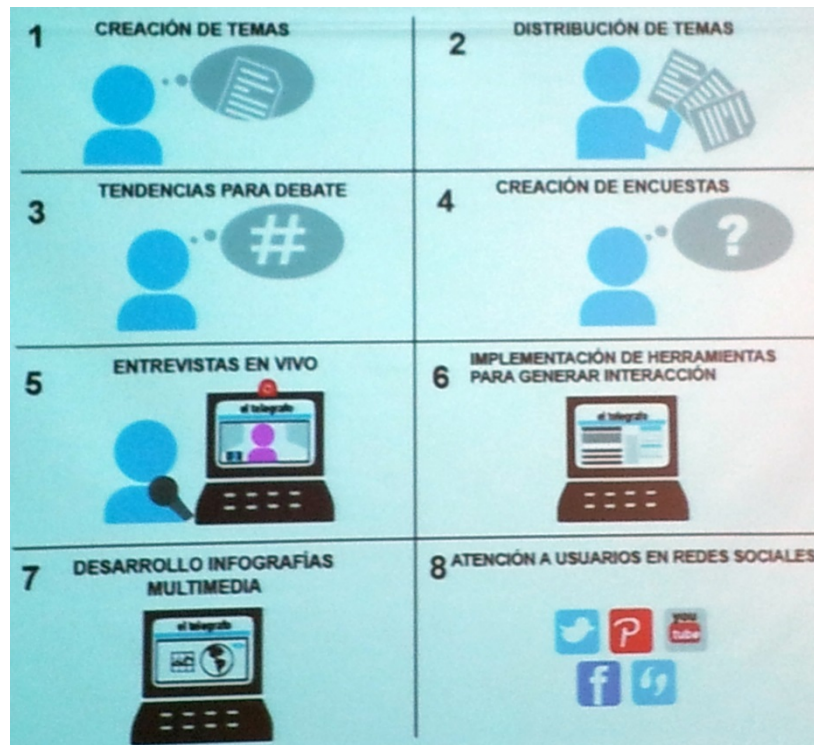


Figura 13. Proceso de transición a digital
Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO V

PROPUESTA DE DISEÑO EDITORIAL DE UN PERIÓDICO DIGITAL INTERACTIVO (PDI) PARA LA APLICACIÓN DEL DIARIO EL TELÉGRAFO EN DISPOSITIVOS MÓVILES

5.1 Proceso de diseño

Dentro de este capítulo, se presenta una propuesta de diseño editorial digital para su aplicación en dispositivos móviles, basado en el estudio y análisis en los capítulos anteriores acerca de la línea gráfica, recursos, características, cromática, estilos, tipografía, preferencias de diagramación, multimedia e interactividad. La propuesta apuntará entonces a definir un modelo de Periódico Digital en el que el lector tenga una mayor participación en la construcción de la actualidad.

Para ello definimos que un Periódico Digital Interactivo o PDI es aquel que ofrece a sus usuarios tanto múltiples posibilidades de selección de contenidos como diversas alternativas de expresión y comunicación en el discurso público del medio. De esta manera, contribuye a darles un mayor poder a los ciudadanos en la construcción de la actualidad (Rost, 2007 p.372).

Un periódico digital se caracteriza por poseer interactividad selectiva, cuando ofrezca un menú de opciones de acceso y selección de contenidos que, por un lado, tenga la extensión más adecuada para garantizar la libre navegación y la satisfacción de las necesidades informativas de distintos perfiles de usuarios y, por otro lado, dé como resultado un desarrollo temático “coherente” y “cohesionado” (Engebretsen, 2000; Salaverría, 2005). El hipertexto es la principal herramienta para construir posibilidades de selección.

Y su característica se basa en poseer interactividad comunicativa, cuando más favorezca la participación activa y crítica de los lectores en la construcción de la actualidad.

La interactividad comunicativa permite lector pueda ocupar distintos roles en la construcción de la actualidad (reportero, cronista, entrevistador, editor, comentarista y editorialista) y tenga un menú de opciones que le permita un buen grado de elaboración de contenidos, con trascendencia pública y que estén bien integrados a los contenidos de actualidad que circulan en el medio.

5.2 Estructura

Para el proceso de elaboración del Periódico Digital Interactivo o PDI se toman en cuenta los resultados obtenidos nuestro público objetivo, mediante un análisis se propone unificar varios componentes con el fin de lograr una mejor presentación e interacción a la audiencia y generar más tráfico.

Acompañadas de alto contenido multimedia dentro de su presentación que puede contar con imágenes, videos o animaciones dependiendo del tipo de noticia que esta sea.

En las primeras pruebas para la creación del Periódico Digital Interactivo o PDI se realizan los respectivos bocetos de diagramación en primer lugar para la portada principal basada en la jerarquización de las noticias, estas son las principales, secundarias o subtítulos y ultimas noticias ligadas a la web.

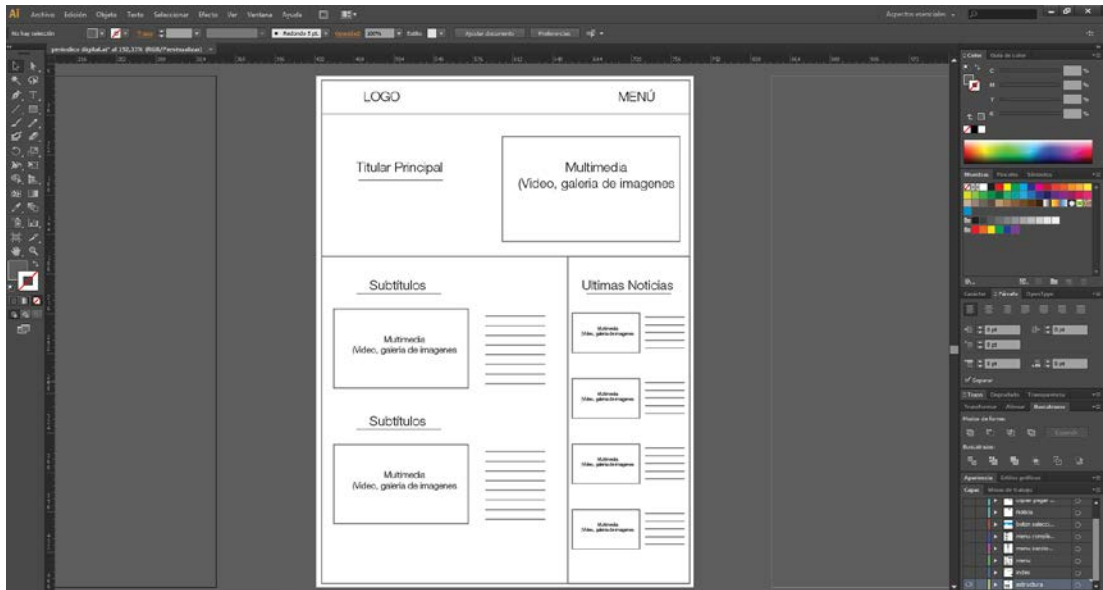


Figura 14. Primeros bocetos de diagramación de portada principal
Fuente: Elaboración propia

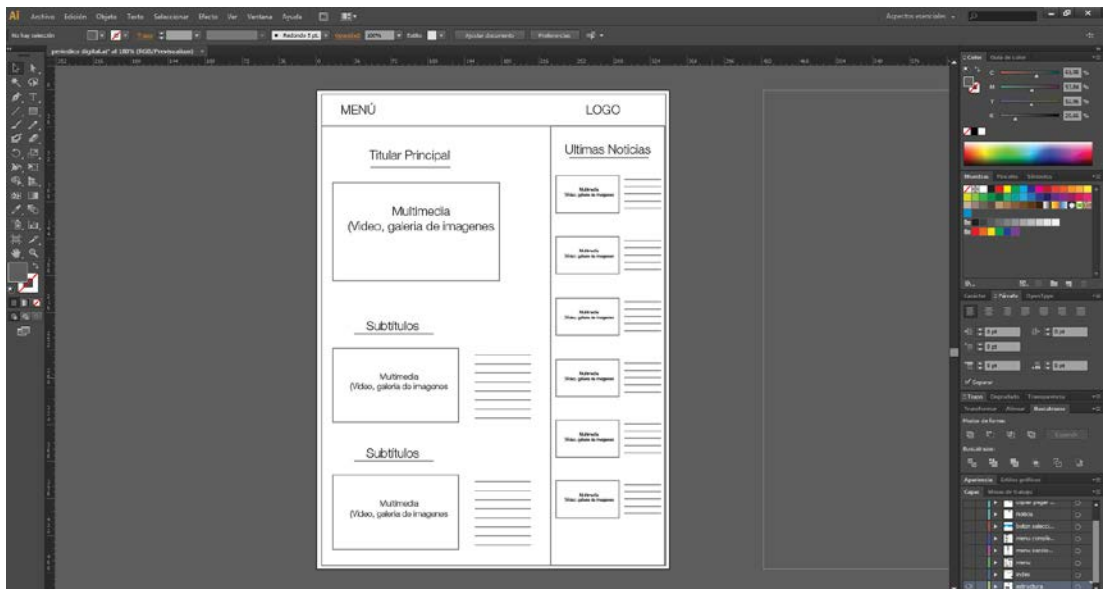


Figura 15. Primeros bocetos de diagramación de portada principal
Fuente: Elaboración propia

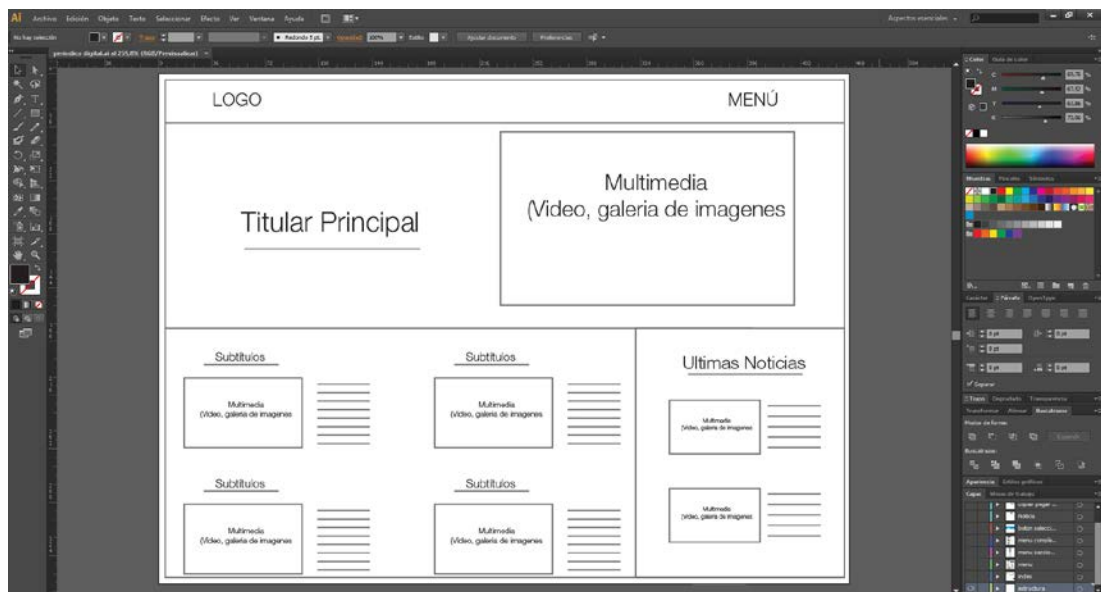


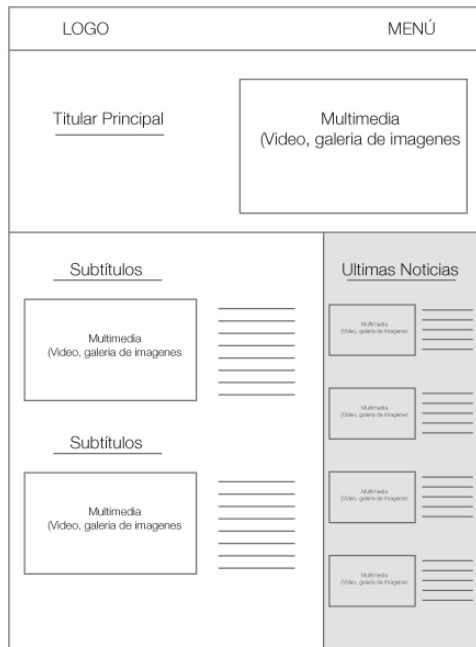
Figura 16. Primeros bocetos de diagramación de portada principal

Fuente: Elaboración propia

Luego de realizar las primeras propuestas de diagramación para la portada principal, se elabora un análisis en base a las preferencias del lector para este tipo de plataformas, en el cual se consulta a profesionales diseñadores y los expertos en diseño editorial digital del Diario El Telégrafo; de acuerdo a las observaciones se proceden a elaborar los segundos bocetos para las nuevas propuestas de portada principal.

Dentro de estas observaciones se establece un patrón en su estructura que tenga un tamaño vertical fijo de 800px x 1280px, y sea adaptiva a múltiples pantallas y tamaños de dispositivos móviles de la forma vertical establecida.

Propuesta "A"



Propuesta "B"

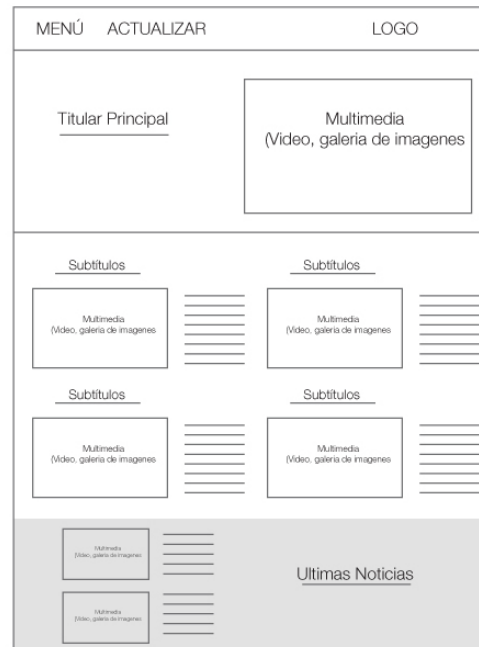


Figura 17. Segundos bocetos de diagramación de portada principal

Fuente: Elaboración propia

Los resultados que se obtienen de las propuestas anteriores dan paso a evaluaciones en la diagramación y en los elementos que la conforman. Surge entonces la idea de organizar el encabezado del menú, logo y el botón de actualizar que estaba designado a aparecer dentro del menú y que ahora está en la portada principal. Dentro de la jerarquización de noticias para los Subtítulos se presentan solo una noticia en forma vertical (texto a la izquierda, imagen o video a la derecha), teniendo como resultado la siguiente propuesta.

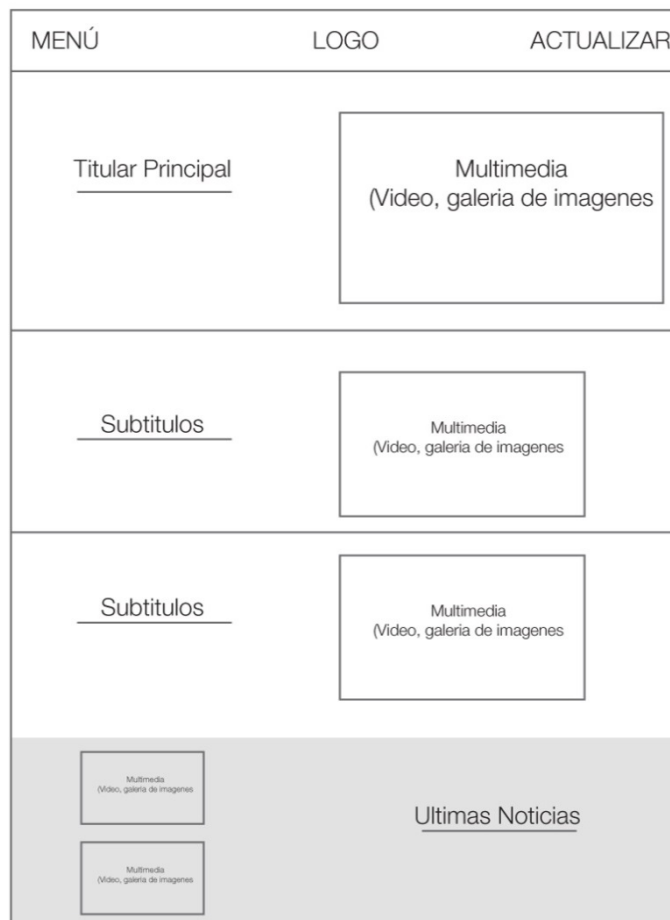


Figura 18. Tercera propuesta de diagramación de portada principal

Fuente: Elaboración propia

En la tercera propuesta de la diagramación de la portada principal, se puede observar una evolución en ubicación de jerarquización de noticias, seguido a este avance se procede a realizar la propuesta con contenido real digital (texto, imágenes) y hacer una evaluación de criterios de diseño y sugerencias mediante un Focus Group conformado por cuatro profesionales del campo del diseño editorial del Diario El Telégrafo y cuatro profesionales que laboran en la misma en diferentes áreas. Se miden parámetros en la cromática, tipografía y fondo que complementan la diagramación, basados en su línea grafica establecida. (Ver anexo 7)

En la primera pregunta del Focus Group, se elaboraron tres opciones para la elección cromática en base a su línea grafica de su edición web, estos son: negro, cian, grises, naranja. Se crearon dos propuestas más con variantes de color en las que el 30% se inclinó por la opción “A”, el 55% por la opción “B” y el 15% por la opción “C”.

Opción “A”



Figura 19. Opciones de aplicación cromática para escoger en el Focus Group
Fuente: Elaboración propia

Opción "B"



Figura 20. Opciones de aplicación cromática para escoger en el Focus Group
Fuente: Elaboración propia

Opción "C"



Figura 21. Opciones de aplicación cromática para escoger en el Focus Group
Fuente: Elaboración propia

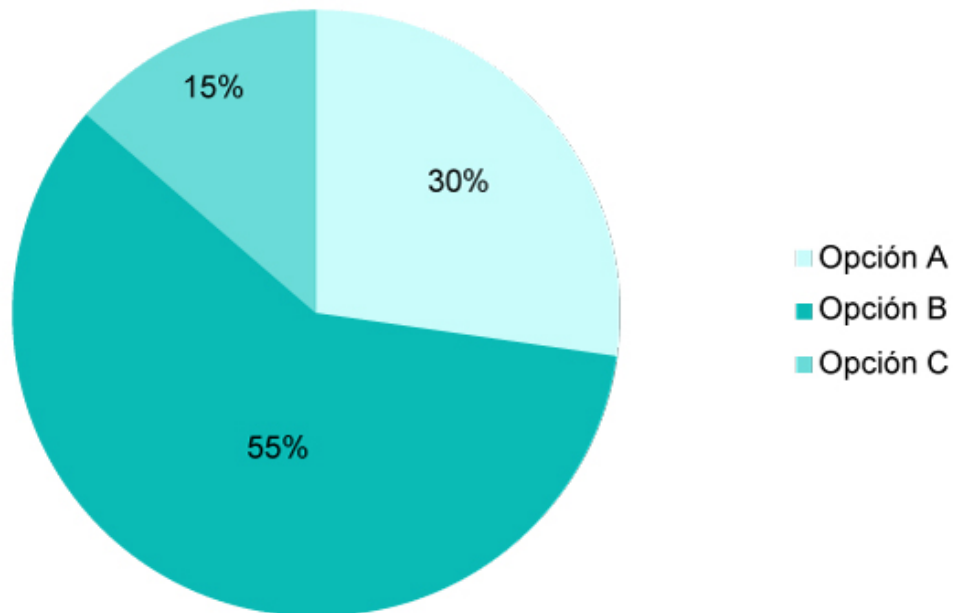


Figura 22. Gráfico porcentual resultante de aplicación cromática en el Focus Group
Fuente: Elaboración propia

En la segunda pregunta del Focus Group, se elaboraron dos opciones acerca de la tipografía a partir de la línea gráfica establecida, el 30% escogió la opción “A” y el 20% la opción “B”.

Opción "A"



Figura 23. Opción familia tipográfica "Arial" en el Focus Group
Fuente: Elaboración propia

Opción "B"



Figura 24. Opción familia tipográfica "Georgia" y "Arial" en el Focus Group
Fuente: Elaboración propia

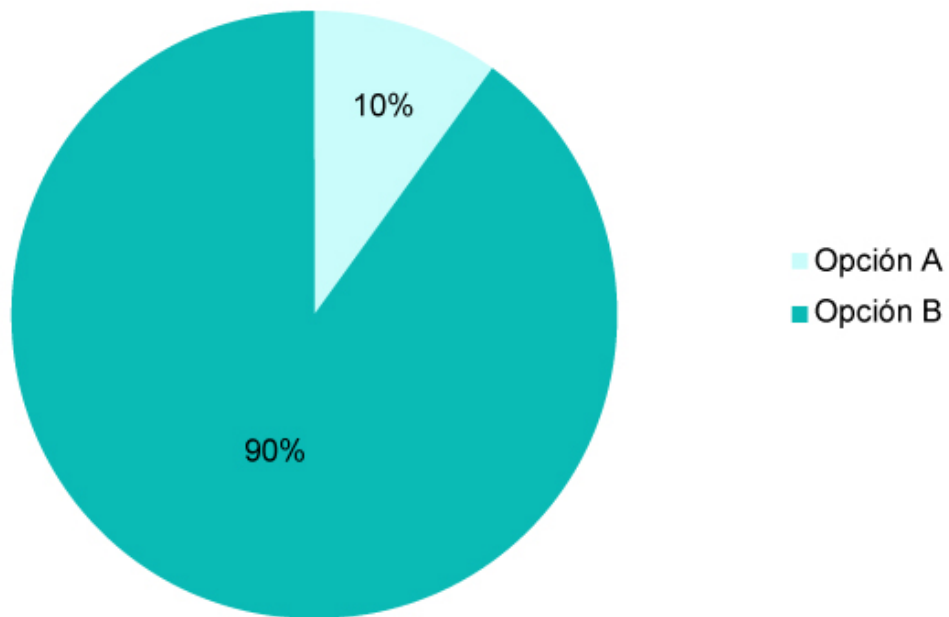


Figura 25. Gráfico porcentual resultante de la elección de tipografía en el Focus Group

Fuente: Elaboración propia

En el siguiente punto del Focus Group, se elaboraron tres opciones de navegación y diagramación para la presentación de noticias, teniendo como base la estructura inicial de portada, el 60% escogió la opción “A”, el 20% la opción “B” y el 20% la opción “C”.

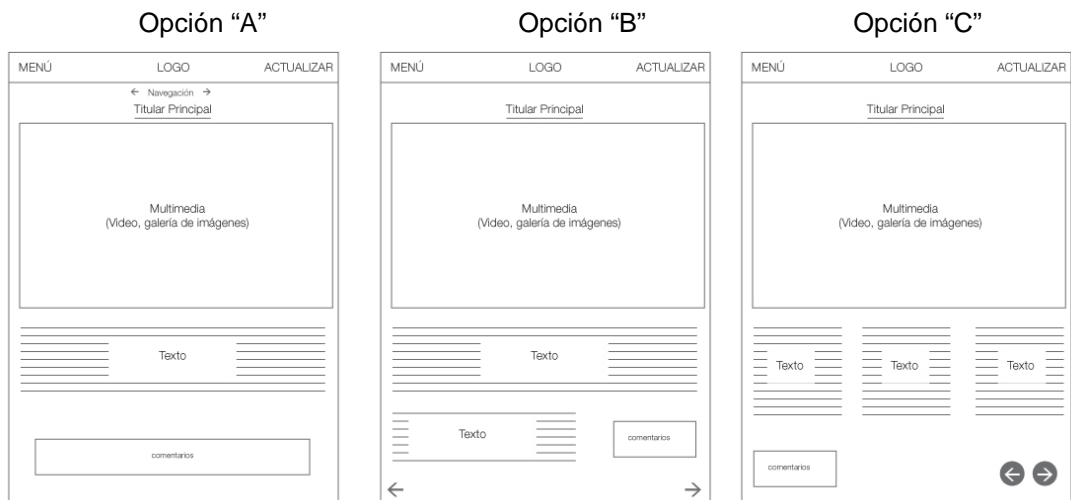


Figura 26. Opción navegación y diagramación para la presentación de noticias en el Focus Group
 Fuente: Elaboración propia

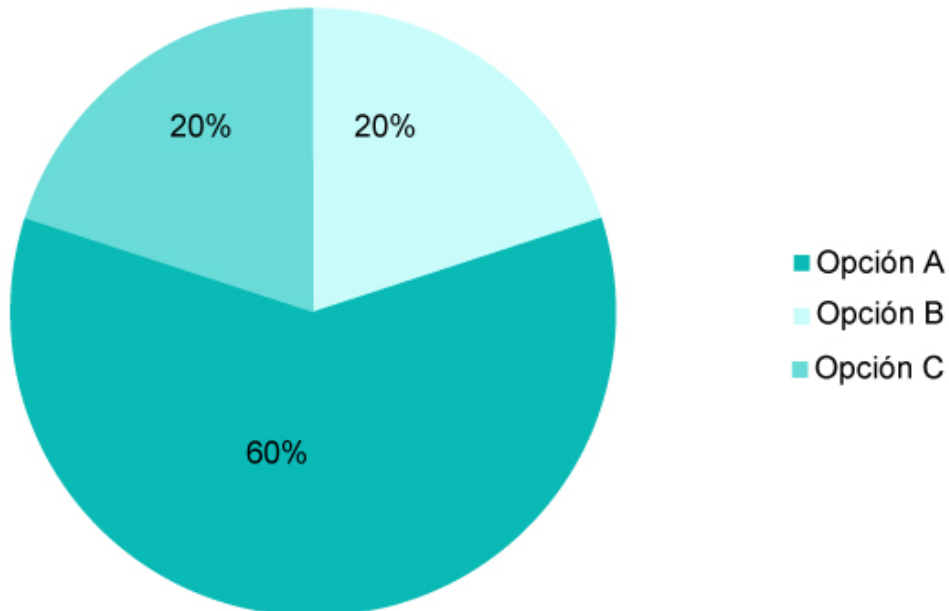


Figura 27. Gráfico porcentual resultante de navegación y diagramación para la presentación de noticias en el Focus Group
 Fuente: Elaboración propia

A continuación presentamos la opción aprobada ampliada para la navegación y diagramación de las noticias para su lectura interactiva.



Figura 28. Diagramación y navegación para presentación de noticias

Fuente: Elaboración propia

Como último punto del Focus Group, se elaboraron dos opciones para escoger la presentación del menú, el 20% escogió la opción “A” y el 80% la opción “B”.

Opción "A"



Opción "B"



Figura 29. Opción de menú en el Focus Group
Fuente: Elaboración propia

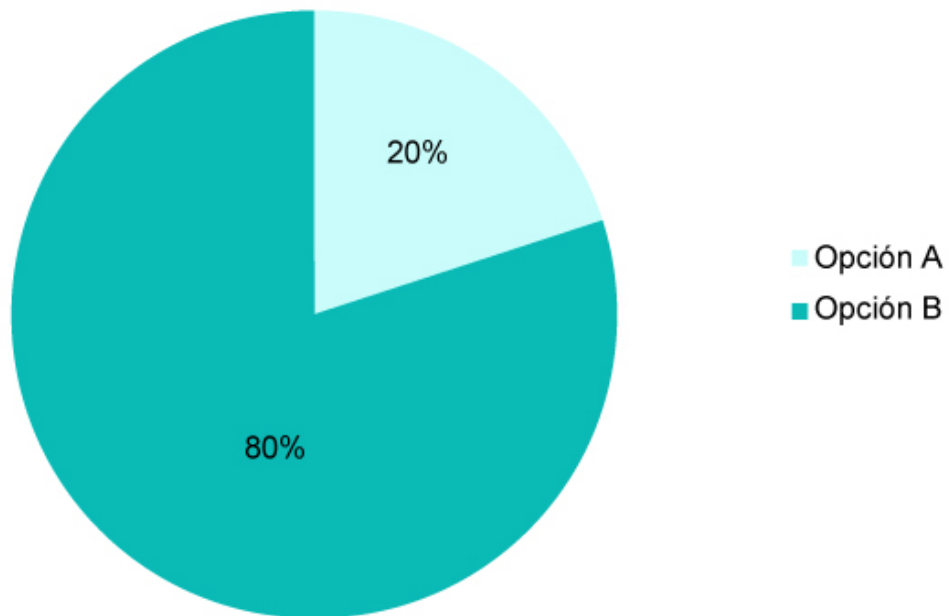


Figura 30. Gráfico porcentual resultante de la elección de menú en el Focus Group
Fuente: Elaboración propia

Una vez obtenidos los resultados en base a todo el proceso de diseño editorial, se presentó la propuesta final del PDI para la aplicación del Diario El Telégrafo en dispositivos móviles, las cuales fueron aprobadas y se espera que sean aplicadas en un futuro cercano.

5.3 Diseño Editorial Digital



— PORTADA

AFE paralizará el campeonato en la fecha del miércoles

12:35 · 20 JUL 2014 | FÚTBOL NACIONAL

El Gerente de la Asociación de Futbolistas Ecuatorianos (AFE), Jorge Guzmán, aseguró que los futbolistas nacionales no jugarán en la fecha del miércoles, por la falta de pagos de los clubes. "Está confirmado, no hay fecha el día miércoles (jornada 21) ni la del domingo tampoco..."



Los muertos se multiplican en Gaza por la ofensiva israelí

09:23 · 20 JUL 2014 | MUNDO

Decenas de personas murieron este domingo en la periferia de la ciudad de Gaza por intensos ataques israelíes, una ofensiva que ha costado la vida a unos 430 palestinos en...



Foto: AFP

Inversión en redes eléctricas suma ya \$ 6.118 millones

10:23 · 20 JUL 2014 | POLÍTICA

El vicepresidente Jorge Glas dirigió ayer el enlace ciudadano desde Santa Elena, allí reiteró que en agosto arrancará la primera fase del proceso de sustitución de cocinas a gas por...



Video: AFP

"Propongo tener soberanía sobre el manejo de información"

El vicepresidente de la Comisión de Comunicación de la Asamblea Nacional de Venezuela, Julio Chávez, participó de un encuentro con el Grupo Interparlamentario de Amistad...

10:23 · 20 JUL 2014 | POLÍTICA



29 policías serán los primeros detectives del país

El día está soleado, pero irónicamente cae una tenue lluvia que no amilana a los 29 uniformados, que comienzan sus ejercicios de calentamiento de muñecas...

10:23 · 20 JUL 2014 | POLÍTICA



Diario El Telégrafo

Figura 31. Diseño Editorial escogido para la portada principal

Fuente: Elaboración propia

La diagramación de la portada principal esta estructurada por un encabezado en la cual se encuentra el menú a la izquierda, su logo centrado y el botón de actualizar noticias a su derecha, seguidamente de la diagramación desarrollada basándonos en los resultados obtenidos en la jerarquización de noticias y preferencias del lector con su noticia principal, abarcando un mayor porcentaje de la portada, seguida de los subtítulos y finalmente la sección de ultimas noticias.

5.4 Cromática

Manteniendo la línea gráfica, se utilizó los mismos colores de su edición web, estos son: negro, cian, grises y naranja.

5.5 Tipografía

Se utilizó la tipografía aplicada en su edición web, “Arial” y “Georgia”, utilizados en las diferentes secciones de la aplicación. Georgia aplicada para los titulares y Arial Regular aplicada en los textos de descripción de noticias, hora y fecha y Arial Bold sección de la noticia.

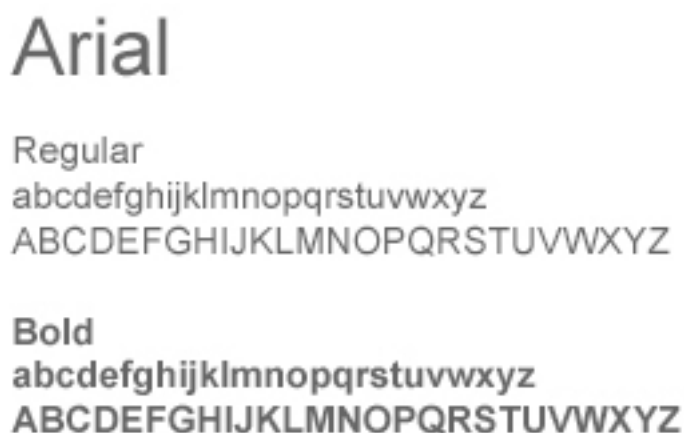


Figura 32. Familia tipográfica Arial

Fuente: Elaboración propia

Georgia, Georgia; Georgia:
abcdefghijklmnopqrstuvwxy / 1234567890

Figura 33. Familia tipográfica Georgia

Fuente: Elaboración propia



FANÁTICO

AFE paralizará el campeonato en la fecha del miércoles

12:35 · 20 JUL 2014 | FÚTBOL NACIONAL

12



El Gerente de la Asociación de Futbolistas Ecuatorianos (AFE), Jorge Guzmán, aseguró que los futbolistas nacionales no jugarán en la fecha del miércoles, por la falta de pagos de los clubes.

"Está confirmado, no hay fecha el día miércoles (jornada 21) ni la del domingo tampoco (jornada 22). Van a paralizarse todos por solidaridad y no creo que haya represalia por parte de los clubes que sí están al día", dijo el Gerente de la AFE.

Guzmán ratificó que nadie de la Federación Ecuatoriana de Fútbol se ha comunicado con él para que no se pare el torneo.

"El único que se ha acercado a nosotros es el Doctor Carlos Marx Carrasco Ministro de Relaciones Laborales, quien nos atenderá el día de mañana al medio día", dijo Guzmán.

Entre tanto, recalcó que lo que desean es que la FEF se sienta a negociar con la AFE. "Queremos que deroguen algunos artículos del reglamento ejecutivo que son inconstitucionales como el que deben esperar tres meses para pagar".

21 Comentarios

Escribir un comentario

Ver comentarios

Figura 34. Diseño Editorial escogido para la presentación de la noticia o artículo y navegación

Fuente: Elaboración propia

FANÁTICOS

AFE paralizará el campeonato en la fecha del miércoles

12:35 · 20 JUL 2014 | FÚTBOL NACIONAL



El Gerente de la Asociación de Futbolistas Ecuatorianos (AFE), Jorge Guzmán, dijo que los futbolistas nacionales no jugarán en la fecha del miércoles, por la falta de pagos de los clubes.



"Está confirmado, no hay fecha el día miércoles (jornada 21) ni la del domingo tampoco (jornada 22). Van a paralizarse todos por solidaridad y no creo que haya represalia por parte de los clubes que sí están al día", dijo el Gerente de la AFE.

Guzmán ratificó que nadie de la Federación Ecuatoriana de Fútbol se ha comunicado con él para que no se pare el torneo.

"El único que se ha acercado a nosotros es el Doctor Carlos Marx Carrasco Ministro de Relaciones Laborales, quien nos atenderá el día de mañana al medio día", dijo Guzmán.

Entre tanto, recalzó que lo que desean es que la FEF se sienta a negociar con la AFE. "Queremos que deroguen algunos artículos del reglamento ejecutivo que son inconstitucionales como el que deben esperar tres meses para pagar".

21 Comentarios

Escribir un comentario

Ver comentarios

Figura 35. Representación de la interactividad selectiva. Ej.: Copiar texto
Fuente: Elaboración propia



VIDEO

Agenda de eventos por la Fundación de Guayaquil

12:35 · 20 JUL 2014 | FÚTBOL NACIONAL

Decenas de personas murieron este domingo en la periferia de la ciudad de Gaza por intensos ataques israelíes, una ofensiva que ha costado la vida a unos 430 palestinos en...



La transición española

10:23 · 20 JUL 2014 | POLÍTICA

El vicepresidente Jorge Glas dirigió ayer el enlace ciudadano desde Santa Elena, allí reiteró que en agosto arrancará la primera fase del proceso de sustitución de cocinas a gas por...



Lo mejor en videos del Mundial Brasil 2014

10:23 · 20 JUL 2014 | FANÁTICO

El vicepresidente Jorge Glas dirigió ayer el enlace ciudadano desde Santa Elena, allí reiteró que en agosto arrancará la primera fase del proceso de sustitución de cocinas a gas por...



Samba y fútbol en Guayaquil (VIDEO)

10:23 · 20 JUL 2014 | FANÁTICO

El vicepresidente Jorge Glas dirigió ayer el enlace



Figura 36. Portada de sección. Ej.: sección videos
Fuente: Elaboración propia

The image shows a web browser interface for 'EL TELÉGRAFO'. On the left is a vertical navigation menu with categories like 'Política', 'Opinión', 'Fanático', 'Mundo', 'Economía', 'Cultura', 'Sociedad', 'Imágenes', 'Video', and 'Edición impresa'. Below these are 'CATEGORIAS' such as 'Cartón Piedra', 'másQmenos', 'de7en7', 'Especiales', 'Inmoteca', 'Veoveo', and 'Acerca de'. The main content area features three news items: 1) 'AFE paralizará el campeonato en la fecha del miércoles' with a photo of football players and a banner. 2) 'Los muertos se multiplican en Gaza por la ofensiva israelí' with a photo of a destroyed building. 3) 'Inversión en redes eléctricas suma ya \$ 6.118 millones' with a photo of a crowd. A fourth article, '“Propongo tener soberanía sobre el manejo de información”', is partially visible. The footer contains the text 'Diario El Telégrafo'.

Figura 37. Diseño escogido para el menú
 Fuente: Elaboración propia

Para el menú de navegación se diseñan iconos de las secciones más relevantes y visitadas por la audiencia según el estudio realizado. Con el fin de facilitar la identificación y sean de complemento al nombre de la sección para el usuario. Todo esto siendo posible por medio de la interactividad selectiva ofreciendo un menú de opciones de acceso y selección de contenidos.

Estas son: Política, Opinión, Fanático, Mundo, Economía, Cultura, Sociedad, Imágenes, Video, Edición impresa

Política: Basado en un concepto de autoridad, esta sección es representada iconográficamente por medio de un personaje, con su terno, y en posición de discurso sobre un pódium.

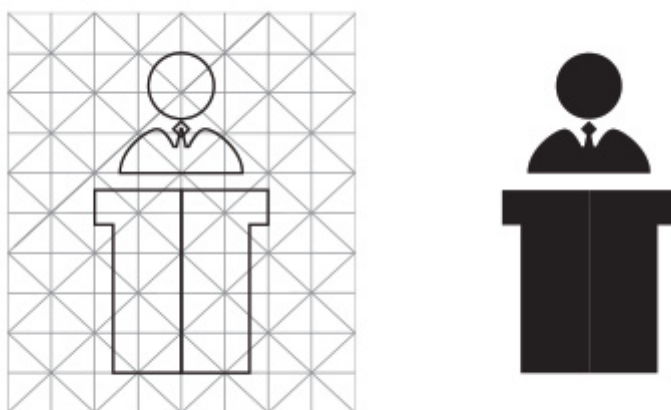


Figura 38. Propuesta de sección política

Fuente: Elaboración propia

Opinión: Se mantiene la forma del personaje con la diferencia de que se suprimió su corbata y se añadió un recuadro a su lado derecho indicando un pensamiento, comentario, sugerencia, y opinión.

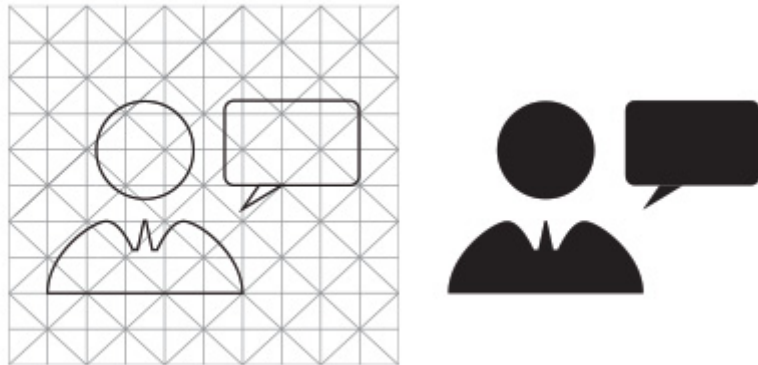


Figura 39. Propuesta de sección opinión

Fuente: Elaboración propia

Deportes: Para la sección deportes, se ha diseñado como icono representativo una pelota de tenis, fácil de identificar y legible. Al abrir esta sección el usuario visualizará más deportes de su interés y destacados.

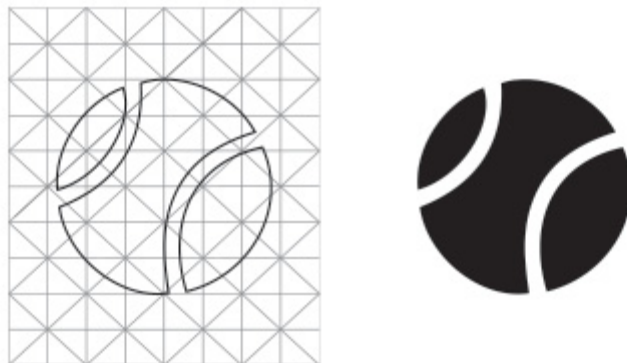


Figura 40. Propuesta de sección deportes

Fuente: Elaboración propia

Mundo: Basado en un concepto que representa globalización, para esta sección, se ha diseñado un icono que representa el mundo,

especialmente el continente americano, con un fondo circular y cromática positivo - negativo para su mejor visualización.

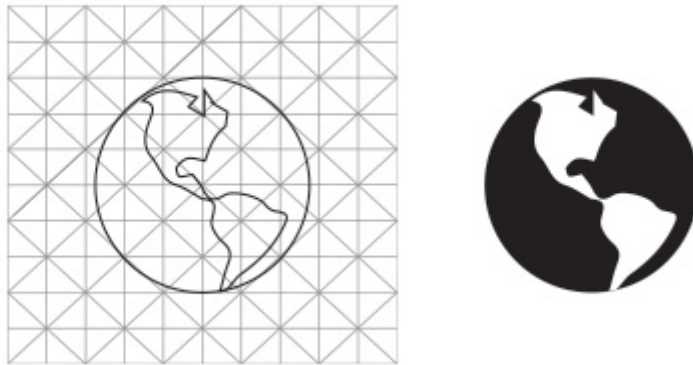


Figura 41. Propuesta de sección mundo

Fuente: Elaboración propia

Economía: Basado en concepto de dinero, economía, esta se encuentra representada por un icono de dólar, dentro de una circunferencia, que genera un contraste positivo - negativo para su visualización.

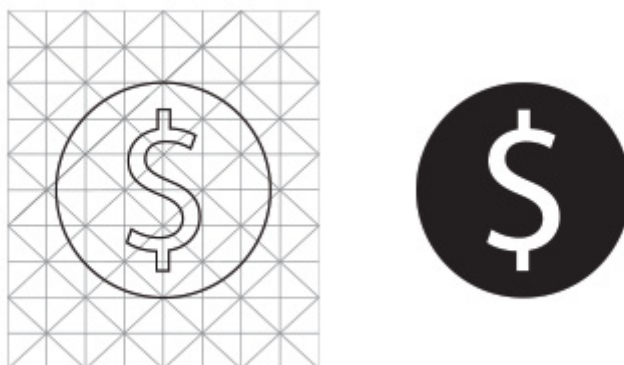


Figura 42. Propuesta de sección economía

Fuente: Elaboración propia

Cultura: Basado en los conceptos de cultura, arte, literatura y música que informa el diario se ha diseñado como icono representativo una paleta de pintar, con círculos donde se colocan los colores y un pincel.

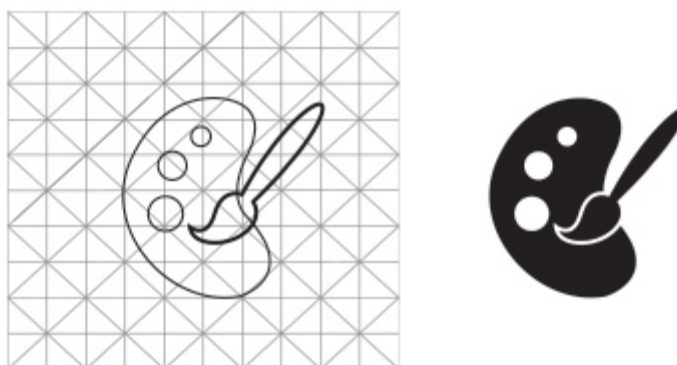


Figura 43. Propuesta de sección cultura

Fuente: Elaboración propia

Sociedad: Basado en un concepto de grupo, comunicación, intercambio de ideas, comunidad, lo que sucede en la gente de nuestro país, es representado por icono de tres personas que forman un conjunto.

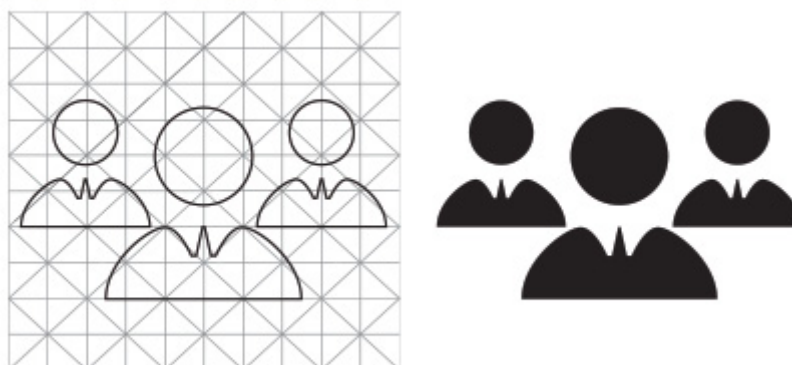


Figura 44. Propuesta de sección sociedad

Fuente: Elaboración propia

Imágenes: Basado en un concepto de fotografías, nos muestra una galería de algún hecho en la noticia. Es representado por icono de paisaje.

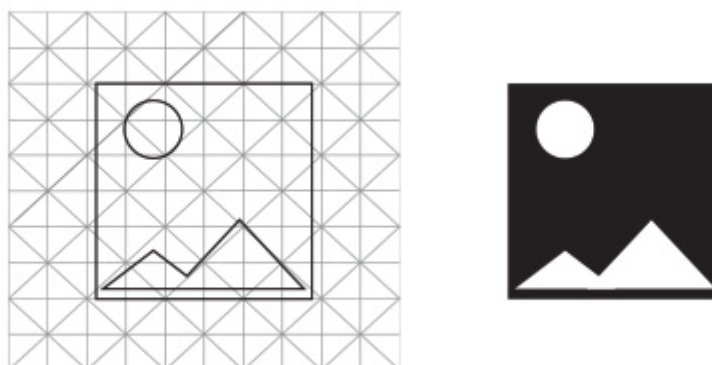


Figura 45. Propuesta de sección imágenes

Fuente: Elaboración propia

Videos: Para este icono, se basa en un concepto de videocámara, es representado por una filmadora.

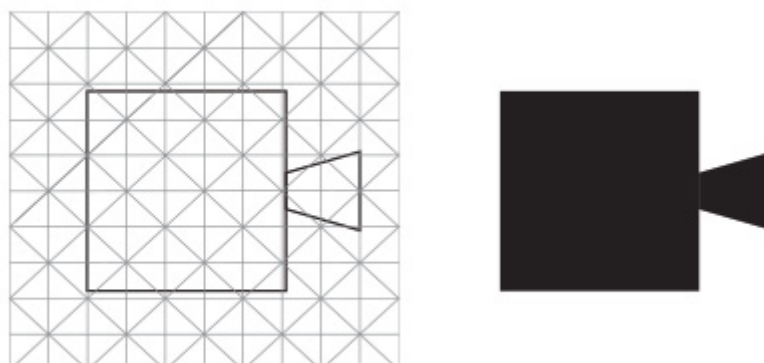


Figura 46. Propuesta de sección videos

Fuente: Elaboración propia

Edición impresa: Aquí mantenemos la versión actual que presenta el diario en su aplicación, por medio de la descarga del diario en un formato PDF interactivo para la visualización de la noticia. Se basa en un concepto de diario impreso y está representado por un icono de periódico.

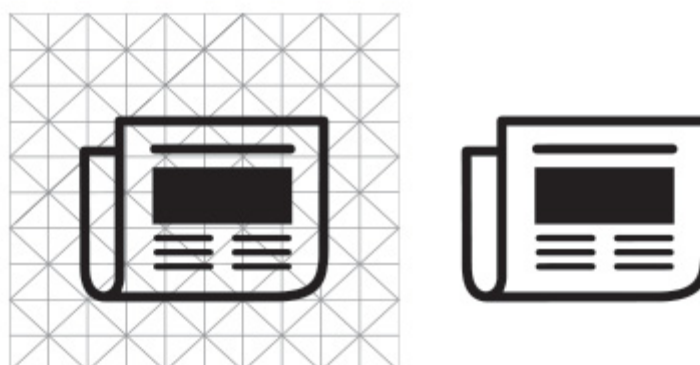


Figura 47. Propuesta de sección Edición impresa

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En términos generales, el diseño editorial digital en nuestra ciudad y país, ha realizado un notable recorrido durante los últimos diecinueve años, tomando en cuenta cuando Diario Hoy fue el primer periódico en la web en 1994: de ser un mero volcado de los contenidos del periódico en papel tradicional ha pasado a apostar por un estilo web propio, adaptado a las particularidades de la Red. Este nuevo estilo web utiliza activamente el conjunto de funcionalidades de una realidad como Internet, especialmente las relativas a su universalidad, facilidad de uso, capacidad de soportar contenidos multimedia e interactividad. Estas premisas se cumplen en la plataforma web de Diario El Telégrafo.

Diario El Telégrafo, se caracteriza por su rápida adaptación a las nuevas generaciones de pantallas de los usuarios, la decidida apuesta por un factor como la hipertextualidad llevado a sus últimos extremos (aprovechando al máximo los enlaces de los distintos contenidos que aparecen en dicho cibermedio), la potenciación de los elementos multimedia y la adecuación al reto que suponen los nuevos soportes (esencialmente la telefonía móvil o fenómenos como YouTube).

El diseño y desarrollo de su aplicación para dispositivos móviles, basado en este estudio, nos muestra que aún falta por ampliar y lograr una mejor interactividad entre los usuarios de estas plataformas, para el Ing. Vittorio Dormi (Jefe y Webmaster en Diario El Telégrafo), una de las carencias de lograr un mejor desarrollo y diseño de la aplicación, se debe a la falta de un departamento dedicado a esta área, su hipótesis nos habla de términos económicos y de que los ejecutivos principales aun no lo le dan una mayor prioridad a esta herramienta, que se encuentra en el público lector.

Por ello, se recomienda a las instituciones de prensa escrita, crear un solo departamento para este tipo plataformas, no solo que un diseñador web

sea el mismo que se dedique a diseñar editoriales para dispositivos móviles, debe ser personal profesional especializado en cada rama, para lograr así una mejor presentación e interacción entre periódico digital - usuario y complementarlo con su información.

Todavía es mucho lo que le queda por caminar, tanto para el ciberdiseño ecuatoriano en general como para medios como Diario El Telégrafo, El Universo, en particular su aplicación móvil. Las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones brindan nuevas opciones a los profesionales del diseño al tiempo que abren emergentes campos de actuación y añaden complicaciones adicionales a considerar, sobre todo con la aparición de nuevos soportes (a partir de la generalización de la telefonía móvil de tercera generación, los reproductores multimedia y las nuevas videoconsolas) y herramientas electrotelemáticas.

Concluyendo que esta propuesta de PDI permita explotar las potencialidades expresivas del lenguaje hipertextual y ofrecer, a través de una retórica propia de la actualidad, múltiples posibilidades de selección de contenidos a los usuarios por medio de su diseño e interfaz.

BIBLIOGRAFÍA

- Albornoz, Luis Alfonso (2002). *“La prensa diaria y periódica: pionero pero problemático salto on line”*. En Bustamante, Enrique (coordinador). *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España*. Pp 141-177. Barcelona: Gedisa. ISBN: 978-84-7432-966-7
- Albornoz, Luis. (2006). *Periodismo Digital: los grandes diarios en la Red*. Argentina: La Crujía.
- Armentia Vizuite, J. y otros (2000). *El diario digital. Análisis de los contenidos textuales, aspectos formales y publicitarios* (p.9). Barcelona: Bosch. Recuperado de http://pendientedemigracion.ucm.es/info/emp/Numer_11/Sum/3-01.pdf
- Austin y Doust (2008). *Diseño de nuevos medios de comunicación* (p. 34-35). España; ISBN: 978-84-9801-262-0
- Ávila, Abel; Rodríguez (2007). *Iniciación a la red Internet: Concepto, funcionamiento, servicios y aplicaciones de Internet*. Ideaspropias Editorial, S.L, Vigo. España; ISBN: 8498393000
- Books designonline (2014). *Historia del diseño editorial*. Recuperado de <http://la.bookdesignonline.com/historia-de-la-editorial.aspx>.
- BERNERS-LEE, Tim (2000). *Tejiendo la red. El inventor de la World Wide Web nos descubre su origen*. Madrid: Siglo XXI.[Edición original (1999). *Weaving the web: The original design and ultimate destiny of*

the World Wide Web by its inventor. Harper Collins]. ISBN: 8432310409, 9788432310409

Boggio, Lucio (2001). *Noticias on line. Un perfil del nuevo periodismo* (p. 3). Tesis de licenciatura. Universidad Nacional del Comahue (Argentina). Sin publicar.

Burdek, B. (2002). *Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial*. Barcelona: Gustavo Gili. ISBN: 8425216192, 9788425216190.

Cabrera, María Ángeles (2000). *La prensa online. Los periódicos en la www*. Barcelona: CIMS.

Canga Larequi; y otros (2000). *Diarios digitales. Apuntes sobre un nuevo medio*. Bilbao: Universidad del País Vasco. ISBN: 9788483732113.

Castells, Manuel (1999a). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Tomo 1: La sociedad red*. Madrid: Alianza editorial. [Edición original: *The information age: economy, society and culture. Volume I: The rise of the network society* (1996). Cambridge (Massachusetts): Blackwell Publishers Inc.] ISBN: 9682321689, 9789682321689.

Orihuela, José Luis (2009). *Escenario y cultura de la Web social*. Conferencia Universidad Tecnológica Particular de Loja.

Conferencia Lcda. Giselle Hidalgo. (Junio, 2013). *Diseño de edición digital de periódicos*, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Di Palma, Gustavo. (04/2010). *Introducción al periodismo: internet y tecnología digital: prensa gráfica – radio y TV. Argentina*; ISBN: 9781413572391.

Dirección general de bibliotecas (2000). *Las publicaciones periódicas*.

De la Cruz, Juan (2014). *Los ojos manipuladores del dragón*. Palibrio LLC. Estados Unidos. ISBN: 1463374720, 9781463374723

Del Carmen, Alejandra. (2003). *Tesis licenciatura: Transición de Medios Impresos a Digitales de las Publicaciones Periódicas*.

El Periódico Digital. (2010). *características de un nuevo medio*, Universidad Nacional del Comahue, Patagonia, Argentina. Recuperado de <http://red-accion.uncoma.edu.ar/asignaturas/pd.htm>

Espejo, C. (1998). *Historia de la comunicación escrita: de la prehistoria a la irrupción de la imprenta*. Madrid. ISBN: 8483113201, 9788483113202.

Fejler, Ezequiel (2000). “*Las comunidades virtuales en Argentina: vida y pasión*”. En FINQUELIEVICH, Susana (Ed). *¡Ciudadanos a la red! Los vínculos sociales en el ciberespacio*. Pp 235-268. Buenos Aires: Ediciones Ciccus-La Crujía.

Kirchner, X. (2010). *La letra digital*. Barcelona: Foment de les Arts i del Disseny.

Hung, E.S. (2010). *Tic's, comunicación y periodismo digital - Tomo II*. Ediciones Uninorte. ISBN: 9789587410785

León (2005). Medios impresos son los más atractivos para los anunciantes por su alto consumo; El nacional. *Noticias Financieras*.

López, X. (2004). Nuevos perfiles de los periodistas en la sociedad de la información. En AAVV. *La comunicación: nuevos discursos y perspectivas*. Madrid: Edipo.

Machado, A. (1998). El imaginario numérico: simulación y síntesis. En AAVV. *El medio es el diseño*. Buenos Aires: Eudeba. ISBN: 9502308093, 9789502308098.

McLean, R. (1993). *Cibermedios. Manual de tipografía*. Madrid: Tursen Hermann Blume. ISBN: 8487756344.

Murdoch planea lanzar un periódico digital para plataformas móviles. (2010, Aug 13). *EFE News Service*. Recuperado de <http://search.proquest.com/docview/743891987?accountid=38660>.

Outing, Steve (2002). "News sites repeat mistakes of the past. We still don't recognize the power of interactivity". *Editor & Publisher*. 4 de Mayo. VNU eMedia Inc.

Pérez-Luque, María José y Maider Perea Foronda (1997). *"El actual Periodismo Online"*, *Mirandum Magazine*, IVm Ed., Madruvá, Brasil.

Piscitelli, Alejandro (2005). *Internet, la imprenta del siglo XXI*. Barcelona: Gedisa. ISBN: 8497840607, 9788497840606.

Primeros Diarios Digitales en Ecuador (2013). *El primer diario digital en Ecuador y el primer diario impreso según nuestra historia*.

Quim, Gil (1999). *"Diseñando el periodista digital (I)"*.

Rost, Alejandro (2007). *La interactividad en el periódico digital*. Tesis doctoral. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en: <http://www.tesisenxarxa.net/TDX-1123106-104448/>

Salaverría, R. (2005). *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: ISBN: 8496082334, 9788496082335.

Tejeda, J.G. (2006). *Diccionario crítico del diseño*. Barcelona: Paidós. ISBN: 844931920X, 9788449319204.

Trejo Delarbre, Raúl (1996). *La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet, la red de redes*. Madrid: Fundesco. Recuperado de <http://www.etcetera.com.mx/libro/alfombra.htm>.

Valdés de León, G. A. (2010). *Tierra de nadie: Una molesta introducción al estudio del diseño*. Buenos Aires: Universidad de Palermo.

Zamora, Lizy Navarro (2002). *Los periódicos on line*. Bolivia: Universidad Autónoma San Luis Potosí. ISBN: 9687674970.

Zanón, D. (2008). *Introducción Al Diseño Editorial* (p. 9-12). España; ISBN: 9788498211856.

Zappaterra, Y. (2006). *Diseño editorial: periódicos y revistas* (p. 19). Barcelona: Gustavo Gili, ISBN: 84-252-2148-X. Recuperado de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=1493.

ANEXOS

Anexo 1

Formato de entrevista a expertos en Diseño Editorial Digital

¿Qué opina del futuro del periodismo impreso?

¿Cuáles son las principales diferencias del diseño editorial digital e impreso en un Diario y los objetivos de éste?

¿Cuál es la situación actual de los diarios digitales en Guayaquil?

¿Qué ventajas tienen las Redes Sociales sobre los medios tradicionales?

¿Cuáles son las características más relevantes de la aplicación de un diario para dispositivos móviles?

La mayor parte de los diarios digitales están empezando a cobrar por sus contenidos digitales, ¿Diario El Telégrafo va a hacer lo mismo? Y relacionado con este tema, ¿Veremos Diario El Telégrafo sólo en formato digital?

¿Qué lo más importante en diseño en una página web de un diario desde el punto de vista del diseño editorial?

¿Qué software son los más utilizados para la autoedición, fotos, vídeos y creación del periódico digital?

Dentro de las características de un diario digital ¿Cómo definiría usted los siguientes términos:

Producto Digital

Accesibilidad

Interactividad

Multimedia

Confiabilidad

Funcionabilidad

Anexo 2

Entrevista a expertos en Diseño Editorial Digital

Entrevistado: Ing. Vittorio Dormi (Jefe y Webmaster en Diario El Telégrafo)

¿Qué opina del futuro del periodismo impreso?

Bueno desde mi punto de vista creo que más que nada el diario impreso lo que es periodismo nunca va a morir, porque va a ir de lo que es impreso pasara a digital. Pero realmente todo lo que es impreso llegara un momento en lo que todo aquí será digital, como el caso del Diario Hoy que ahora solo es digital, pero claro debemos tener en cuenta muchos aspectos como económico, los costos son menores, simplemente es mantener un servidor, y el dominio por contratos anuales o por mas años.

¿Cuáles son las principales diferencias del diseño editorial digital e impreso en un Diario y los objetivos de éste?

Hay una mejor organización en el impreso que en la web, en el impreso si existen manuales de estilo, donde tu tienes por ejemplo el titular es esto, tiene esto y esto, bien establecidas las cosas. Colores, lo que es cromática, todo esto está mejor establecido, es decir existe un orden.

En la web no hay tanto porque estas en la disputa de que quiere uno y que quiere otro, debates entre esto es mejor o mejor es lo otro, ponle aquí o quítale acá. Y es como que se saltan los parámetros establecidos.

Los objetivos de ambos informar

¿Cuál es la situación actual de los diarios digitales en Guayaquil?

Yo veo que casi todos los diarios estos ya sacando sus páginas web nuevas o renovadas, por ejemplo nosotros estamos cerca de lanzar nuestra nueva página, creo que todos tratan de renovarse.

¿Qué ventajas tienen las Redes Sociales sobre los medios tradicionales?

Más que nada es la cantidad de gente a la que llegas, el tráfico que se genera, es muy impresionante.

¿Cuáles son las características más relevantes de la aplicación de un diario para dispositivos móviles?

La interactividad, creo que la característica principal debería ser esa. Porque una persona que maneja un dispositivo móvil, no es la misma que maneja una página web, o sea es más interactiva, le gusta estar tocando, moviendo, ver algo novedoso y que sea atractivo en cuanto a diseño.

La mayor parte de los diarios digitales están empezando a cobrar por sus contenidos digitales, ¿Diario El Telégrafo va a hacer lo mismo? Y relacionado con este tema, ¿Veremos Diario El Telégrafo sólo en formato digital?

De muchas reuniones que se ha tenido, el diario digital no será cobrado, su razón es debido a que se convertiría en un arma de doble filo, o te funciona bien y la gente comienza a suscribirse y paga por ello, bueno increíble pero no creo todo mundo haga eso dentro de Ecuador, no estamos en una sociedad como en Estados Unidos o en Europa, de que poner la tarjeta de crédito y comprar no pasa nada, en cambio acá existe ese miedo y desconfianza, por ello el diario no lo va a poner.

Lo de ver al diario en solo formato digital eso es descartado, mantendremos la versión impresa esta no se eliminara.

¿Qué lo más importante en diseño en una página web de un diario desde el punto de vista del diseño editorial?

Que se muestre la noticia como es, sin menos detalle, directo con su título, su foto, y un cuerpo de noticia y eso es lo que más importa. Se trata de

mantener un estilo minimalista sin tantos adornos u otros elementos e ir manteniendo las tendencias de diseño de la era.

¿Qué software son los más utilizados para la autoedición, fotos, vídeos y creación del periódico digital?

Usamos todo lo que es familia Adobe, es retoque fotográfico se usa Photoshop, si es infografía se usa Illustrator, tanto para el impreso como para la web son las mismas. Adobe Acrobat se utiliza para acoplar los PDF, porque cada página tiene su PDF y hay un grupo de personas que se encarga de esto y de subirlas a la web para su descarga.

Dentro de las características de un diario digital ¿Cómo definiría usted los siguientes términos:

Producto Digital: es lo nuevo, en lo que estamos incursionando poco a poco.

Accesibilidad: Cobertura de Internet

Interactividad: Lo que tratamos de hacer siempre para lograr algo más llamativo

Multimedia: Estamos evolucionando con los nuevos soportes

Funcionabilidad: Mejorar con los comentarios de nuestra audiencia

Anexo 3

Entrevista a expertos en Diseño Editorial Digital

Entrevistado: Ing. Brenda Moscoso (Gerente Área de tecnología en Diario El Telégrafo)

¿Qué opina del futuro del periodismo impreso?

Si de algo estoy seguro es de que los periódicos no se acabaran. Pero para mantener su permanencia en el mercado deberán apostarle a los valores fundamentales de la prensa escrita: credibilidad, contenido y proximidad.

¿Cuáles son las principales diferencias del diseño editorial digital e impreso en un Diario y los objetivos de éste?

Generalmente en la prensa varía de acuerdo a las políticas o parámetros que tenga, nosotros disponemos de una organización y parámetros para la realización del diario, tenemos desde los periodistas que tienen su espacio ya asignado y fijo para colocar las noticias.

En la web existe la ventaja de estar más actualizado, las 24 horas sobre cualquier noticia a nivel nacional o internacional, tenemos esa rápida facilidad de publicar algo e inmediatamente y difundir la noticia a nuestras plataformas digitales.

Los objetivos de ambos comunicar noticias.

¿Cuál es la situación actual de los diarios digitales en Guayaquil?

Con las nuevas tecnologías todos los diarios buscan lo digital, la mayoría dispone de mínimo con su página web, otros disponen de su aplicación, por lo que todos buscan estar a la vanguardia digital.

¿Qué ventajas tienen las Redes Sociales sobre los medios tradicionales?

Es nuestro medio de difusión más poderoso, abarca todo el mercado.

La globalización tecnológica ha permitido que los medios interactivos puedan acceder a los mercados locales, regionales, nacionales e internacionales por lo que, la interconexión entre los países a través de Internet, ha llevado que estos medios puedan ampliar su alcance para tener una influencia mundial.

¿Cuáles son las características más relevantes de la aplicación de un diario para dispositivos móviles?

La interactividad, esto junto a un buen diseño y contenido, hacen un medio de difusión que satisface las expectativas de los usuarios

La mayor parte de los diarios digitales están empezando a cobrar por sus contenidos digitales, ¿Diario El Telégrafo va a hacer lo mismo? Y relacionado con este tema, ¿Veremos Diario El Telégrafo sólo en formato digital?

EL Diario no cobrara las suscripciones, todo será gratis. Y su versión impresa no desaparece, somos un periódico que nació con la imprenta y así se mantendrá, lo hemos llevado así 131 años y será así.

¿Qué lo más importante en diseño en una página web de un diario desde el punto de vista del diseño editorial?

Que tenga bien distribuida sus secciones, para que el usuario tenga una fácil navegación e interactúe mejor con los enlaces, las noticias tengan una buena presentación con sus titulares atractivos, una buena imagen, video o animación y el desarrollo de la misma.

¿Qué software son los más utilizados para la autoedición, fotos, vídeos y creación del periódico digital?

El Área de Tecnología, diseñadores y nuestros periodistas web usan Adobe, tengo entendido que la versión CS6 y los programas más relevantes como Photoshop, Illustrator, Dreamweaver, After Effects.

Dentro de las características de un diario digital ¿Cómo definiría usted los siguientes términos:

Producto Digital: sea visualizado en pantallas

Accesibilidad: que pueda ver noticias desde un ordenador o dispositivo móvil.

Interactividad: fundamental en la web y aplicación móviles

Multimedia: Complementos de textos

Funcionabilidad: compatibilidad de dispositivos móviles

Anexo 4

Entrevista a expertos en Diseño Editorial Digital

Entrevistado: Ing. Ángel Franco (Desarrollo de Aplicaciones Web en Diario El Telégrafo)

¿Qué opina del futuro del periodismo impreso?

Considero que el periodismo impreso al menos aquí en el diario El Telégrafo no va a desaparecer, mantendremos nuestras versiones impresas y digitales y los medios tradicionales televisión y radio.

¿Cuáles son las principales diferencias del diseño editorial digital e impreso en un Diario y los objetivos de éste?

Bueno el diario impreso tiene como unos parámetros establecidos, orden. Desde su reunión a las 9am con los jefes editoriales y el director para pensar en la noticia del día de mañana hasta su impresión final. Por ahí puede existir un error digamos un titular se fue mal o la imagen no era la correcta, muy rara vez pasa esto casi nunca, se detiene la prensa y luego se corrige y continua.

En los medios digitales como la página web, redes sociales, y la Aplicación, es constante la actualización de noticias, si te equivocas en algo puedes corregirlo rápidamente.

De ahí los objetivos de ambas va ser que la audiencia se informe ya sea del periódico impreso o medio digital.

¿Cuál es la situación actual de los diarios digitales en Guayaquil?

Todos buscan estar en internet, la plataforma más grande y amplia que existe, por ello muchos periódicos ya disponen de página web y redes sociales. Pero deben ir mas allá como las Aplicacións para que el usuario que disponga de un dispositivo móvil pueda también ver el periódico digital.

¿Qué ventajas tienen las Redes Sociales sobre los medios tradicionales?

Pues en internet creo que la numero uno, está por encima de la página web, es el medio donde hay una mayor demanda de audiencia y tráfico.

¿Cuáles son las características más relevantes de la aplicación de un diario para dispositivos móviles?

El dinamismo e interactividad, si tu aplicación no tiene esto no funciona.

La mayor parte de los diarios digitales están empezando a cobrar por sus contenidos digitales, ¿Diario El Telégrafo va a hacer lo mismo? Y relacionado con este tema, ¿Veremos Diario El Telégrafo sólo en formato digital?

No sé mucho del tema si cobrara pero hasta donde sé y de algunas reuniones que hemos tenido no se cobrara, buscamos llegar al lector y así aumentar la audiencia.

¿Qué lo más importante en diseño en una página web de un diario desde el punto de vista del diseño editorial?

La diagramación o estructura, saber bien donde va cada noticia, enlace, texto y foto.

¿Qué software son los más utilizados para la autoedición, fotos, vídeos y creación del periódico digital?

Todo lo que es Adobe Mater Collection, tenemos la versión cs6 pero ya estamos tramitando estar en la versión CC mas actualizada.

Dentro de las características de un diario digital ¿Cómo definiría usted los siguientes términos:

Producto Digital: todo lo que es dispositivo móvil

Accesibilidad: lugares donde dispongas internet

Interactividad: la base y lo principal en lo digital

Multimedia: imágenes, videos, animaciones todo ligado a lo interactivo

Funcionabilidad: que sea visible y compatible con muchos dispositivos

Anexo 5

Entrevista a usuarios de la Aplicación Diario El Telégrafo

Profesión:

¿Qué opina acerca de su rapidez en la actualización de la información?

¿Qué opina acerca de su diseño y diagramación de su aplicación para dispositivos móviles?

¿Dentro de la navegación del menú de la aplicación, que le parece la organización de las secciones?

¿Qué le parece en cuanto a contenido multimedia en lo que se refiere a imágenes, videos, enlaces de la aplicación?

¿Adicional a la aplicación El Telégrafo utiliza alguna adicional? En caso de contestar si ¿Qué es lo más novedoso o lo que más le llama la atención de la aplicación adicional que utiliza?

Anexo 6

Entrevista a usuarios de la Aplicación Diario El Telégrafo

Profesión: Psicóloga

¿Qué opina acerca de su rapidez en la actualización de la información?

Pues pensé que iba a ser lento pero después me salió que ya lo podía leer y lo abrí se demoró un poco.

¿Qué opina acerca de su diseño y diagramación de su aplicación para dispositivos móviles?

Cuando ya se abrió y salió la imagen y la vi quería seguir viendo lo demás y no sabía para donde avanzar hasta que vi que había que deslizar hacia la derecha.

¿Dentro de la navegación del menú de la aplicación, que le parece la organización de las secciones?

Me parecen bien, aunque un poco oscuras las letras, pero al seleccionar si se aprecia mejor con ese azul turquesa.

¿Qué le parece en cuanto a contenido multimedia en lo que se refiere a imágenes, videos, enlaces de la aplicación?

Las imágenes muy buena calidad y muy llamativas, los videos muestra los que tienen en YouTube y si esta bonito porque cargan rápido los videos.

¿Adicional a la aplicación El Telégrafo utiliza alguna adicional? En caso de contestar si ¿Qué es lo más novedoso o lo que más le llama la atención de la aplicación adicional que utiliza?

Que se pueda copiar texto del diario, por ejemplo esta una noticia y quiero copiarla, no hay esa opción una vez que ya leo el periódico.

Profesión: Abogado

¿Qué opina acerca de su rapidez en la actualización de la información?

Bastante rápido, pero si hablamos de la descarga del diario si demora mucho.

¿Qué opina acerca de su diseño y diagramación de su aplicación para dispositivos móviles?

Están bien distribuidas por categoría, lleva un orden, la presentación de noticias no es muy agradable creo que se puede mejorar.

¿Dentro de la navegación del menú de la aplicación, que le parece la organización de las secciones?

Con esos dibujos se puede identificar que es cada botón ayudan mucho.

¿Qué le parece en cuanto a contenido multimedia en lo que se refiere a imágenes, videos, enlaces de la aplicación?

Pensaba que se podía realizar más cosas como algún efecto de papel porque es como el periódico en sí, pero que t epodo decir es lo mismo que el periódico en papel solo que se lo ve en pantalla y ciertas noticias tienen videos.

¿Adicional a la aplicación El Telégrafo utiliza alguna adicional? En caso de contestar si ¿Qué es lo más novedoso o lo que más le llama la atención de la aplicación adicional que utiliza?

Mas movimiento, algún efecto más atractivo en las noticias pero de ahí me parece bien.

Profesión: Diseñador Grafico

¿Qué opina acerca de su rapidez en la actualización de la información?

Veo que no es muy constante de las noticias tienen un lapso de tiempo algo largo, pero al presionar el botón actualizar si se actualiza todo.

¿Qué opina acerca de su diseño y diagramación de su aplicación para dispositivos móviles?

Bastante bien para iniciar, pero el tamaño debe ser adaptivo, en los celulares las noticias no se acomodan a la pantalla y son enlaces de internet y tal vez un mejor fondo, muy oscuro no se ve bien en las portadas.

¿Dentro de la navegación del menú de la aplicación, que le parece la organización de las secciones?

Contiene iconos eso es bueno, pero faltan más categorías creo que el periódico tiene más.

¿Qué le parece en cuanto a contenido multimedia en lo que se refiere a imágenes, videos, enlaces de la aplicación?

Algo limitado, si muestra buenas fotos y videos pero no en todo, además no me deja copiar el texto o compartir algo en alguna red social.

¿Adicional a la aplicación El Telégrafo utiliza alguna adicional? En caso de contestar si ¿Qué es lo más novedoso o lo que más le llama la atención de la aplicación adicional que utiliza?

Interactividad eso le falta más a mi punto de vista, en diseño esta agradable.

Profesión: Publicista

¿Qué opina acerca de su rapidez en la actualización de la información?

Rápido al momento de presionar el botón actualizar pero lento al bajar, creo que deberían buscar alguna manera de que no demore mucho la descarga.

¿Qué opina acerca de su diseño y diagramación de su aplicación para dispositivos móviles?

Bien, creo que se puede mejorar el uso de los colores, no se ven bien en el menú, y en diagramación, tal vez presentarlo de otra manera esto lo he visto en tiendas de revistas.

En noticias le falta se puede mejorar tal vez poniendo fotos de la noticia porque solo sale un icono repetitivo.

¿Dentro de la navegación del menú de la aplicación, que le parece la organización de las secciones?

Veo que están bien distribuidas las categorías del diario.

¿Qué le parece en cuanto a contenido multimedia en lo que se refiere a imágenes, videos, enlaces de la aplicación?

Las fotos y texto muy bien, son nítidas, tal vez por eso se demora mucho la descarga porque están en una calidad buena, pero si es digital le falta más interacción, no se puede copiar texto y algo mas dinámico.

¿Adicional a la aplicación El Telégrafo utiliza alguna adicional? En caso de contestar si ¿Qué es lo más novedoso o lo que más le llama la atención de la aplicación adicional que utiliza?

Que se pueda enviar alguna foto de algún acontecimiento importante.

Profesión: Ama de casa

¿Qué opina acerca de su rapidez en la actualización de la información?

No me fijo mucho en eso no sabría que responderle.

¿Qué opina acerca de su diseño y diagramación de su aplicación para dispositivos móviles?

Bonito, pero la letra en el menú no se ve mucho.

¿Dentro de la navegación del menú de la aplicación, que le parece la organización de las secciones?

Los dibujitos son muy agradables, pero faltan más botones o más temas como salen en las noticias de televisión.

¿Qué le parece en cuanto a contenido multimedia en lo que se refiere a imágenes, videos, enlaces de la aplicación?

Ahhh una vez descargado el periódico genial, es como tenerlo en papel.

¿Adicional a la aplicación El Telégrafo utiliza alguna adicional? En caso de contestar si ¿Qué es lo más novedoso o lo que más le llama la atención de la aplicación adicional que utiliza?

No tengo.

Profesión: Estudiante

¿Qué opina acerca de su rapidez en la actualización de la información?

Se ve que rápido al presionar el botón refrescar.

¿Qué opina acerca de su diseño y diagramación de su aplicación para dispositivos móviles?

No me gusta mucho en colores está muy oscuro todo, deben haber colores claros, y mejorar su portada principal esto es muy repetitivo.

¿Dentro de la navegación del menú de la aplicación, que le parece la organización de las secciones?

Si está bien, claro y directo.

¿Qué le parece en cuanto a contenido multimedia en lo que se refiere a imágenes, videos, enlaces de la aplicación?

Me sencillo, es solo el periódico sin nada así dinámico en fotos y video tiene pero es poco.

¿Adicional a la aplicación El Telégrafo utiliza alguna adicional? En caso de contestar si ¿Qué es lo más novedoso o lo que más le llama la atención de la aplicación adicional que utiliza?

He visto otras aplicaciones y tienen más interactividad, más botones y todo en imágenes y videos se pueden ampliar y todo, no sé si se pueda hacer eso aquí pero quedaría genial de poder aplicar todo lo que digo.

Profesión: Arquitecto

¿Qué opina acerca de su rapidez en la actualización de la información?

Yo veo que siempre esta actualizado por lo que lo uso más por las noches qu suben la edición del día siguiente.

¿Qué opina acerca de su diseño y diagramación de su aplicación para dispositivos móviles?

He visto su página web, tiene un diseño agradable pero aquí sería bueno mejorar los colores esos grises oscuros no van bien y en el menú las letras ponerlas otro color. En noticias se ve bien así debería ser.

¿Dentro de la navegación del menú de la aplicación, que le parece la organización de las secciones?

Si me gusta

¿Qué le parece en cuanto a contenido multimedia en lo que se refiere a imágenes, videos, enlaces de la aplicación?

Una vez que descargo la edición, chévere, buen contenido, buenas fotos, videos todo.

¿Adicional a la aplicación El Telégrafo utiliza alguna adicional? En caso de contestar si ¿Qué es lo más novedoso o lo que más le llama la atención de la aplicación adicional que utiliza?

He visto que otras aplicaciones tienen como que algo mas dinámico, esta aplicación está bien pero se puede mejorar eso.

Profesión: Economista

¿Qué opina acerca de su rapidez en la actualización de la información?

Algo complejo es esto, una se demora en descargar y otra debe actualizarse solo o tener algún botón directo y no oculto

¿Qué opina acerca de su diseño y diagramación de su aplicación para dispositivos móviles?

Aceptable

¿Dentro de la navegación del menú de la aplicación, que le parece la organización de las secciones?

Bien

¿Qué le parece en cuanto a contenido multimedia en lo que se refiere a imágenes, videos, enlaces de la aplicación?

Pues me gusta lo novedoso creo q le hace falta algo más, si se puede mejorar

¿Adicional a la aplicación El Telégrafo utiliza alguna adicional? En caso de contestar si ¿Qué es lo más novedoso o lo que más le llama la atención de la aplicación adicional que utiliza?

Dinámico eso falta, mejorar la interacción de la aplicación con la persona que lo usa.

Anexo 7

Formato de las encuestas para el Focus Group

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

ENCUESTAS PARA LA ELECCION DE DISEÑO EDITORIAL DE UN PERIÓDICO DIGITAL INTERACTIVO (PDI) PARA LA APLICACIÓN DEL DIARIO EL TELÉGRAFO EN DISPOSITIVOS MÓVILES

1. Escoja el color más adecuado para el PDI



2. Escoja la familia tipografía más adecuada para el PDI

Opción "A"

EL TELÉGRAFO

PORTADA

AFE paralizará el campeonato en la fecha del miércoles

12:35 - 20 JUL 2014 | FUTBOL NACIONAL

El Gerente de la Asociación de Futbolistas Ecuatorianos (AFE), Jorge Guzmán, aseguró que los futbolistas nacionales no jugarán en la fecha del miércoles, por la falta de pago de los clubes. "Está confirmado, no hay fecha el día miércoles (jornada 21) ni la del domingo tampoco..."



Opción "B"

EL TELÉGRAFO

PORTADA

AFE paralizará el campeonato en la fecha del miércoles

12:35 - 20 JUL 2014 | FUTBOL NACIONAL

El Gerente de la Asociación de Futbolistas Ecuatorianos (AFE), Jorge Guzmán, aseguró que los futbolistas nacionales no jugarán en la fecha del miércoles, por la falta de pago de los clubes. "Está confirmado, no hay fecha el día miércoles (jornada 21) ni la del domingo tampoco..."



3. Escoja la navegación y diagramación para la presentación de noticias más adecuado para el PDI

Opción "A"



Opción "B"



Opción "C"

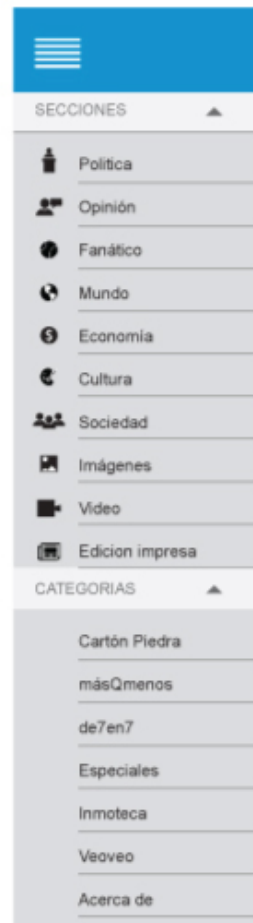


4. Escoja la opción de menú más adecuado para el PDI

Opción "A"



Opción "B"



Anexo 8

Fotos de visita para la investigación del Diario EL Telégrafo



Fotografía 1. Explicación web junto al Ing. Vittorio Dormi

Fuente: Fotografía propia



Fotografía 2. Área de Desarrollo de Sistemas
Fuente: Fotografía propia